РУССКИЙ ЮВЕЛИР

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ ЯНВАРЬ/2008 (1)

Европейские ювелирные дома на российском рынке

Gold Expressions 2008

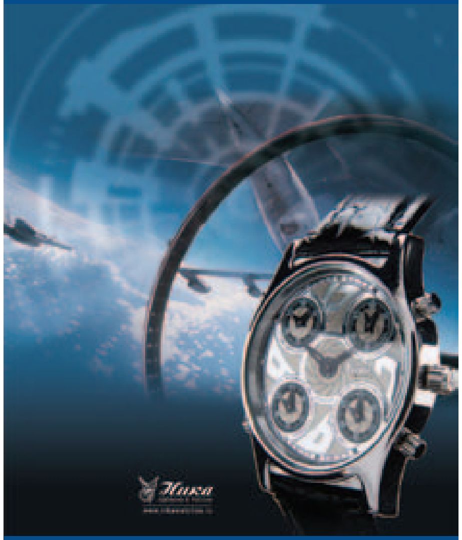
Фантазии на тему цвета

Серебро. Дефекты литья

ISSN 1810-7311

ЮВЕЛИРТОРГ
основан в 1936 году

обложка



ООО «Ника»
115407, Москва, ул. Речников, д. 17
тел./факс (495) 784 61 65
www.nikawatches.ru

НОВОСТИ

6 Дневник декабря

ЮВЕЛИРУ НА ЗАМЕТКУ

8 Европейские Ювелирные Дома на российском рынке

38 Серебро. Воспоминания о будущем.

48 Витринистика. Проектирование визуального мерчандайзинга

ВЫСТАВКИ

18 Ярмарка в Виченце

23 Ювелирная одиссея

70 Ювелир – 3

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

24 Действительный поставщик Дома Фаберже

28 Gold Expressions 2008

32 Сердце, тебе так хочется любить!

36 «Северная чернь» — юбилей уникального ремесла»

ПАРАДОКС представляет:

KLING THE EUROPEAN DISPLAY COMPANY

- Демонстрационное оборудование
- Упаковка
- Витринное оборудование

реклама

197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
Тел. (812) 230 3048, ф. 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
Тел./факс: (495) 781-43-43, 911-61-11, 778-56-87
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин

1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru

выпускающий редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

журналист
Ирина Федорова — ira@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог
Михаил Чижов

дизайн и верстка
ООО «РА «Русский Ювелир», Екатерина Калинина

фото
фотостудия ООО «РА «Русский Ювелир»

рисунки
Екатерина Калинина

корректор
Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Стандецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
Екатерина Щербакова — info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (901) 510-20-19, +7 (903) 599-59-97
e-mail: info@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ
199034, Санкт-Петербург, В.О., 16 линия, д. 7, оф. 115.
Тел./факс (812) 328-0551/61, 327-7565
www.russianjeweller.ru e-mail: info@russianjeweller.ru

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ
Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ
Марина Лопато
Владимир Матвеев
Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА
«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 1, 2008 год

ТИРАЖ 9000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации № П 1891. Выдано 31 января 2000 года Северо-Западным региональным управлением Государственного комитета Российской Федерации по печати (г. СПб).

ПЕЧАТЬ ООО «Бонапарт» ЛТД, Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена.

Журнал «Русский Ювелир» — официальный информационный партнер Гильдии ювелиров России

материал номера

КОНКУРС

42 Ювелирный Олимп

ГЕММОЛОГИЯ

52 Фантазии на тему цвета

ЮВЕЛИРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

58 Место встречи не изменить!

61 Серебро. Дефекты литья

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

72 С Днем рождения!

32

Дилеры:
Москва
ООО «ТД «Ювелирконтракт»
тел.: (499) 249-39-49, 249-32-78
ООО «ТД «Камея Со»
тел. (495) 744-03-07
ЗАО «Эльтон»
тел.: (495) 225-92-50, 225-92-56
ООО «Русская платиновая компания»
тел.: (495) 517-74-46, 783-52-20

Санкт-Петербург
ООО «Ювелиры северной столицы»
тел.: (812) 346-67-25, 449-55-17, 449-57-07

Новосибирск
ООО «Компания ИФК»
тел.: (383) 351-53-34, 355-86-50, 355-80-95
Екатеринбург
ИП Ляной Александр Вадимович
тел. (343) 212-40-66

Хабаровск
ЧП Шевелев Евгений Климентьевич
тел.: (4212) 23-75-65, 21-46-71
Красноярск
ООО ТПК «Русское золото»
тел.: (3912) 221-466, 221-468
Улан-Удэ
ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир»
тел.: (3012) 46-50-88, 46-46-08

Кострома
ООО «ТД «Золотая линия»
тел. (4942) 31-89-81
Ростов-на- Дону
ООО «Дондрагмет»
тел.: (8632) 48-95-87, (86354) 5-10-12
Волгоград
ИП Назарова Ольга Витальевна
тел.: (8442) 386-294, 489-522

Владивосток
ООО «Милан»
тел.: (4232) 34-10-02, 34-10-06
Благовещенск
ИП Симоненко Ольга Филипповна
тел.: (4162) 44-08-90, 44-47-82, 52-89-48
Самара
ООО «Ювелирный Центр Регион»
тел./факс: (846) 270-35-44, 270-35-43

Официальные представители:
Украина
ООО «Центрумикс Трейд»
тел.: (38044) 206-36-65, 206-36-66, 206-36-67
Эстония
ТОО «Центрумикс»
тел.: (3726) 459-100, 443-526
Казахстан
ТОО «Ювелирная компания «Алтын Уй»
тел.: (3272) 71-91-87, 58-22-80

МАТРЕШКА ДЛЯ ПРЕЗИДЕНТА

Президент России Владимир Путин увез из Великого Устюга серебряную матрешку, украшенную северной чернью. Такой подарок преподнес ему Дед Мороз. Большая сувенирная матрешка, высота которой около 40 сантиметров, была изготовлена на заводе «Северная чернь» великоустюгскими мастерами. Чернение по серебру — это уникальный промысел, аналогов которому в России на сегодняшний день нет, он сохранился только в Великом Устюге. Ассортимент изделий завода очень широк, его основу составляют ювелирные украшения из серебра 925 пробы с чернью, посуда и предметы сервировки стола — всего свыше 600 наименований.

ВОССТАНОВЛЕННЫЕ РЕЛИКВИИ

В Андреевский собор Петербурга вернулись святые реликвии — целовальный крест и мощевик, которые бережно восстановили специалисты ООО «Кахолонг».

В 1729 году на Васильевском острове была заложена, а в 1732 году освящена новая церковь во имя св. ап. Андрея Первозванного. Церковь была богато декорирована: ее украшал иконостас, перенесенный из домовой церкви Меншиковского дворца, а также царское место. Рядом с церковью, которую любила посещать императрица Анна Иоанновна, находилось небольшое кладбище. Известно, что на торжественных богослужениях в церкви бывали М. Ломоносов и В. Тредиаковский.

После 1917 года Андреевский собор пришел в упадок, а в 1938 году был разграблен и закрыт. Лишь осенью 1992 года храм был отреставрирован и возвращен верующим. В 2001 году перед храмом был установлен обелиск в честь ордена святого Андрея Первозванного.

В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ

24 января были подведены итоги V ежегодного конкурса работ учащихся II–IV курсов Художественно-Профессионального лицея Санкт-Петербурга «Блестящее будущее». Жюри рассматривало работы по двум категориям: эскиз и изделие. Участники создавали различные образцы повседневных украшений — строгие, вечерние, мужские, детские, культовые, а также аксессуары. Для эксклюзивных драгоценностей были выделены номинации «Верность традициям», «Дыхание моды» и «Фантастическая симфония». Вне конкурса состоялась демонстрация изделий выпускников прославленного училища.

Жюри отметило заметно возросший уровень мастерства будущих ювелиров, прекрасное качество исполнения представленных изделий и интересные дизайнерские идеи.

Торжественная церемония, на которой состоится награждение не только победителей конкурса, но и их опытных наставников — преподавателей лицея, пройдет в рамках предстоящей выставки «Питер-Ювелир». Специальный приз — годовую подписку на журнал «Русский Ювелир» от редакции получит студентка III курса Ульяна Постникова за булавки «Жених и невеста», отмеченные в номинации «Верность традициям».

ОТ ПОЛКА — К ДИВИЗИИ

В декабре 2007 г. состоялась церемония награждения генерального директора АО «Альфа» Николая Зинатовича Шайдуллина почетным знаком Мемо-

риального Фонда Карла Фаберже — орденом К. Фаберже (№ 18). Предприятие «Альфа» было основано в 1992 г. и на сегодняшний день является одной из ведущих ювелирных компаний России. Продукция завода продолжает славные традиции Фаберже и достойно представляет русское ювелирное искусство на многих международных выставках. Вместе с учредителем Фонда Татьяны Фаберже, правнучкой великого ювелира, Т. Ф. Фаберже, посетившей предприятие в 2006 г. и с большим воодушевлением отозвавшейся о деятельности компании, пожелаем заводу «Альфа» и его главе — Н. З. Шайдуллину дальнейших успехов в деле развития отечественной ювелирной отрасли!

Кавалерами почетного знака Мемориального Фонда К. Фаберже — орденом К. Фаберже (№ 19 и № 20) в декабре 2007 г. стали основатели Классического Ювелирного Дома «Лобортас и Карпова» (Украина) — глава фирмы Игорь Лобортас и творческий директор Ирина Карпова. В рамках этого союза объединились яркие талантливые личности, художники, скульпторы, ювелиры, чьи идеи воплощаются в замечательных произведениях мелкой пластики. Работы Ювелирного Дома «Лобортас и Карпова» отличает глубокая образность, собственный, легко узнаваемый стиль и безупречный вкус.

С ЮБИЛЕЕМ!

2008-й ювелирный год начался со славного юбилея: 26 января завод «Северная чернь» отпраздновал свой 75-й день рождения — весьма солидный возраст для российских ювелирных предприятий. Но если вести отсчет со времени первого документального упоминания уникального народного художественного промысла — устюжской черни, то эта цифра возрастет до 325 лет!

Уже в XVIII в. черневые изделия великоустюжских мастеров признавались лучшими. Секреты профессионального мастерства и особенности художественного стиля столетиями передавались из поколения в поколение, обеспечивая узнаваемость и неповторимость изделий северной черни, их высочайшее качество исполнения вплоть до наших дней. И сегодня произведения, созданные на предприятии, по-прежнему радуют и удивляют нас своей тончайшей ручной работой, искренностью образов, верностью древним традициям…

Редакция журнала «Русский Ювелир» поздравляет коллектив Великоустюжского завода «Северная чернь» со знаменательной датой и желает дальнейшего процветания, благополучия и воплощения самых смелых творческих планов! Мы уверены, что потенциала компании хватит еще на много веков вперед и популярность северной черни будет с каждым годом только возрастать!

УРАЛЬСКАЯ ВЕСНА

9–12 апреля 2008 года в Екатеринбурге состоится специализированная ювелирная оптово-розничная выставка «УралЮвелир-Весна». Организаторы выставки: ООО «Минерал-Шоу», Объединение «Универсальные выставки». Выставка проводится при поддержке: Уральской Государственной инспекции пробирного надзора, Правительства Свердловской области, Администрации города Екатеринбурга.

Выставка «УралЮвелир - Весна» — новый выставочный проект Объединения «Универсальные выставки» и ООО «Минерал-шоу», успешно дебютировала в 2007 году.

Она является продолжением выставки «УралЮвелир». Цели весенней выставки —представить весенне-летний ассортимент ювелирных изделий и провести широкую оптовую и розничную торговлю в преддверии летнего сезона.

ЦИРКОН — НОВОЕ ИМЯ В ПРЕКРАСНОМ СОЗВЕЗДИИ

Самым главным новогодним подарком, который приготовил петербуржцам «Ювелирторг» стало открытие очередного фирменного магазина сети. «Циркон» — новое имя в сверкающем созвездии ювелирных магазинов города.

Просторный салон, оформленный в роскошном современном стиле, открылся на Комендантском проспекте, 13.

Обязательно загляните — вас ждет масса приятных сюрпризов.

Европейские Ювелирные Дома на российском рынке

Смысл предлагаемого разговора заключается не в информировании публики о том, кто, где, когда и что презентует на современном российском ювелирном рынке. Хотя, справедливости ради, заметим, что в последние полтора десятилетия эта информация далеко не полно отражается в нашей специальной периодической печати и в значительной мере имеет характер «светской хроники», не затрагивая проблем, актуальных для отечественного производителя модных или костюмных украшений из драгоценных материалов. А между тем простое сравнение принципов и форм работы с клиентами (покупателями) европейских Ювелирных Домов и большинства российских фирм свидетельствует о том, что наша система безнадежно отстала от западноевропейской. А это уже опасно в условиях предстоящего вступления России в ВТО, так как любой субъект на мировом рынке интересен только своей оригинальностью. И если не принять во внимание эти обстоятельства, мы не только не будем допущены на европейский рынок в желаемых масштабах, но и вообще можем смело поставить крест на национальной ювелирной промышленности.

Ирина Перфильева, кандидат искусствоведения, старший научный сотрудник НИИ РАХ

Главное различие позиций состоит в том, что западные производители бижутерии — модных костюмных украшений имеют давние и потому отлаженные механизмы регулирования спроса и предложения. Одним из рычагов влияния является постоянный мониторинг социальной структуры покупателей. А российские производители работают в «безвоздушном пространстве», с обезличенным клиентом. Они, безусловно, знают, что купят потребители в разных регионах страны, однако плохо знакомы с мировыми художественными тенденциями и не имеют стратегических программ развития фирм на дальнюю перспективу. В советский период, когда витрины ювелирных магазинов были пусты и скупалось практически все, что попадало на прилавки, это было допустимой формой общения с клиентами. Но сегодня картина отечественного ювелирного рынка прямо противоположна минувшей. Гордо именуемые салонами ювелирные магазины как в центре, так и в регионах буквально завалены товарами вторичного дизайна и сумасшедших цен. И возникает вопрос: для кого все эти изделия выпускаются?

Осмелюсь утверждать, что при соответствующей коммерческой поддержке в сфере авторского ювелирного дизайна и создания уникальных ювелирных произведений, отличающихся оригинальными концептуальными идеями, российские ювелиры могли бы поспорить с западноевропейскими коллегами. Но как только отечественное ювелирное дело выходит на уровень производства, создается впечатление, что никто не представляет, что именно сегодня «носят» и чем уникальные — выставочные или коллекционные произведения ювелирного искусства отличаются от модных костюмных, сути результатов деятельности производителей массовых украшений из драгоценных материалов.

Так каким же образом спрос и предложение корреспондируются на Западе? Иначе говоря, в чем секрет коммерческого успеха западноевропейских Ювелирных Домов, прекрасно ориентирующихся во вкусах элиты и среднего класса?

Рассмотрению некоторых, на наш взгляд, наиболее важных аспектов этой актуальной проблемы и посвящен сегодняшний разговор.

Начнем с того, что ведущие западноевропейские Ювелирные Дома работают непосредственно с клиентом, кто бы он ни был — аристократ, буржуа или представитель среднего класса. Концепции личного общения с клиентом подчинена вся структура европейского ювелирного бизнеса, где с самого начала работы над изделием — коллекционным или модным костюмным — известен гипотетический покупатель: его социальный статус, образ жизни, привычки, наконец, гардероб.

В России наоборот: в соответствии с исторически сложившейся традицией между производителем и клиентом всегда находится своевольный посредник — торговля. И она до сих пор во многом определяет ассортимент товаров, представленных в магазинах. В соответствии с мировой практикой условия взаимодействия с торговыми клиентами устанавливает сам производитель, запрашивая у претендента массу сведений, включая состояние счета, численность населения города, где торговый клиент осуществляет свою деятельность. В течение года работа торгового клиента строго контролируется и щедро поощряется в случае успешного сотрудничества, или — в случае возникновения каких-либо недоразумений — контракт разрывается.

Немногочисленные опыты организации магазинов при производствах, как правило, неудачны. По системе прямого контакта с клиентом-покупателем в мире работают только 15 ведущих фирм. В России более распространенной формой является форма исполнения частных заказов избранных клиентов. Но в этом случае предприятия часто идут на поводу у неразвитого и потому чрезвычайно претенциозного вкуса заказчика. По крайней мере, именно этим обычно объясняется крайне низкий художественный уровень некоторых «эксклюзивных» изделий. В настоящее время немногие отечественные ювелирные фирмы, например, такие как «ЮТэ — ювелирный театр», стремятся работать с клиентами по мировым стандартам. И надо заметить, им это вполне удается. По крайней мере, об этом свидетельствует внимание со стороны европейских коллег.

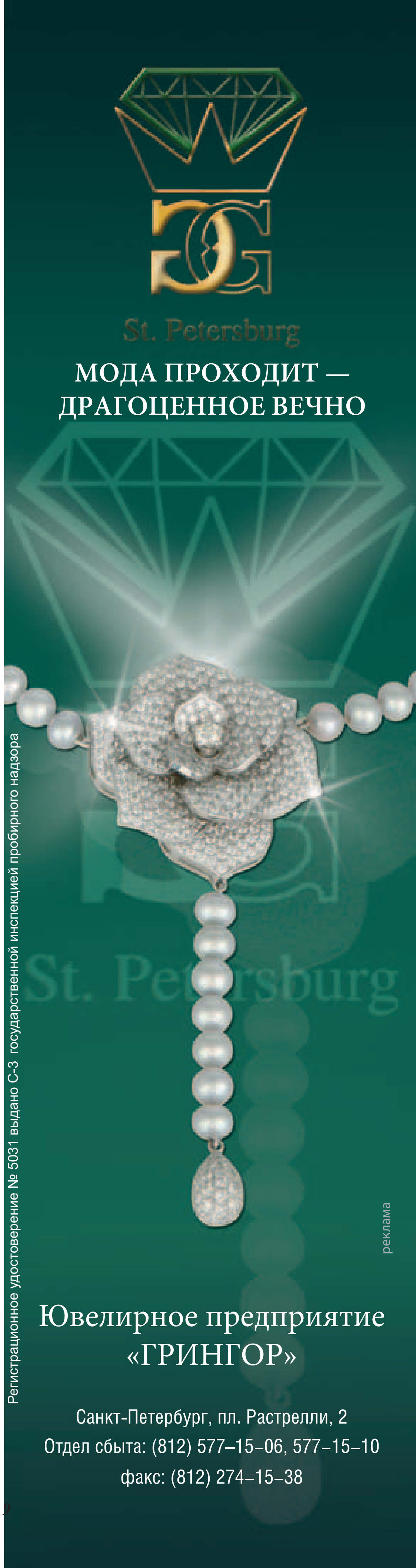
Урок первый: чтобы сохранять баланс между вкусами потребителей и предложениями дизайнеров, нужно хорошо представлять ситуацию на рынке, не только спрос, но и модные тенденции в украшениях, обусловленные трендами в одежде. Однако российские дизайнеры ювелирных изделий, в отличие от европейцев, как правило, продолжают работать «по старинке», предлагая покупателям не коллекции модных украшений, а отдельные изделия как «вещь в себе» или «чистое искусство», уникальные сами по себе.

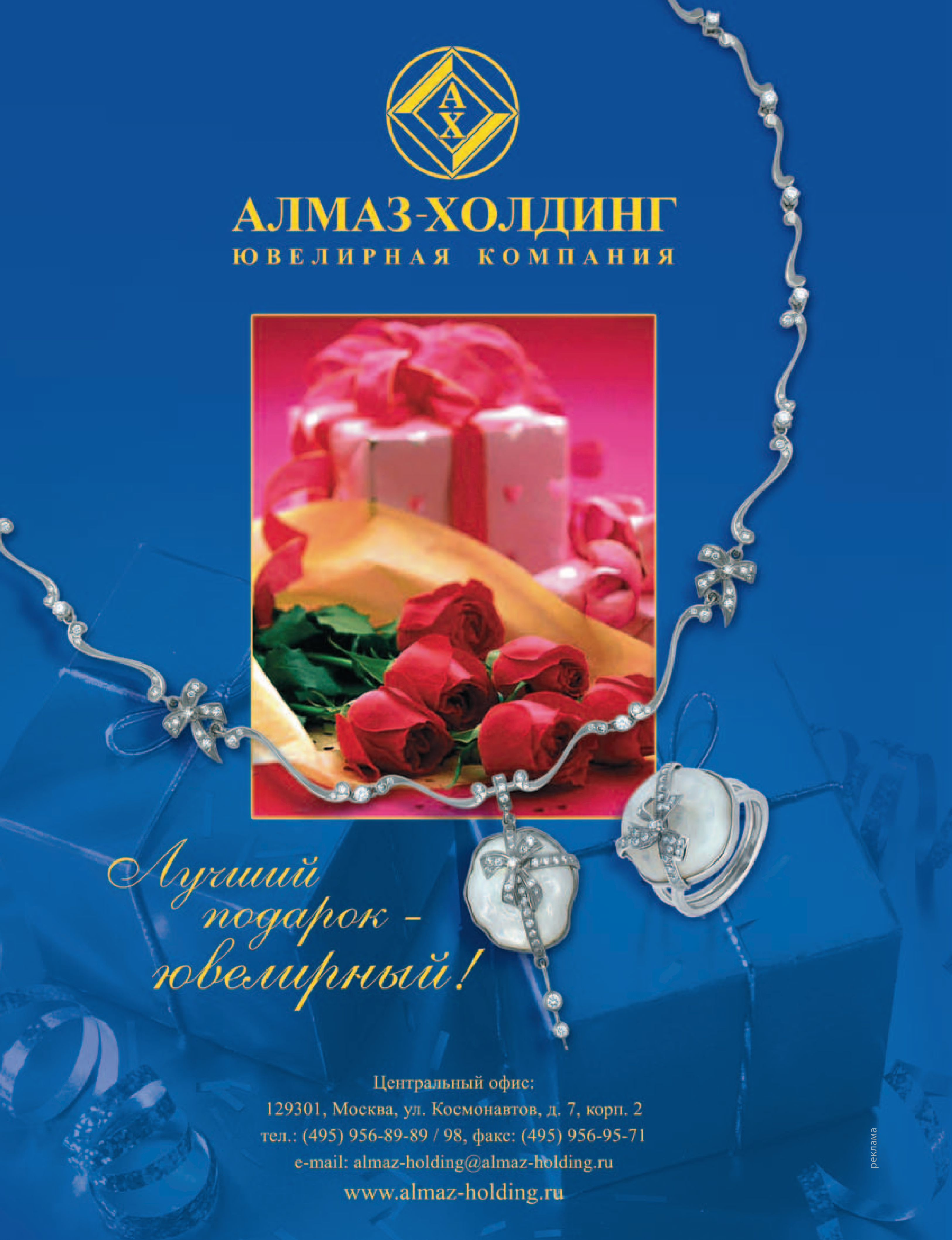
Основной формой общения российских производителей с потребителем остается система отраслевых выставок, число которых неуклонно растет, а качество и «коэффициент полезного действия» неумолимо падает год от года. И это несмотря на все усилия их организаторов: Ассоциации «Гильдия ювелиров России», РосЮвелирЭкспо или «Рестэк» — по организации творческих конкурсов, привлечению к работе в жюри сотрудников ведущих музеев страны. Одни делают, «что хотят», а другие оценивают, «как им видится». Десятилетний опыт работы в таком жюри и возможность взглянуть на ситуацию со стороны позволяют мне утверждать, что сегодня назрела необходимость в целостной программе, в том числе при государственной поддержке, куда войдет и проведение творческих конкурсов, для того чтобы выработать художественную политику развития отечественной ювелирной промышленности.

Как же делалось и делается это в Европе, почему европейцы завоевывают российский рынок? А самое главное: чем это грозит отечественным производителям драгоценных ювелирных изделий и, наконец, что делать, чтобы сохранить национальную школу ювелирного дела в конкуренции с западноевропейскими коллегами?

Все эти вопросы без преувеличения являются сегодня судьбоносными для российских производителей драгоценных ювелирных украшений. Именно это стало главным побудительным мотивом к настоящему разговору.

Совершенно ясно, что мне не удастся охватить весь круг вопросов, связанных с этой проблемой. Оговорюсь также, что не буду касаться экономических аспектов, так как эта сфера — вне моей компетенции. Поэтому остановлюсь на искусствоведческом аспекте, который, на мой взгляд историка и художественного критика, на сегодняшний день представляется наиболее актуальным.



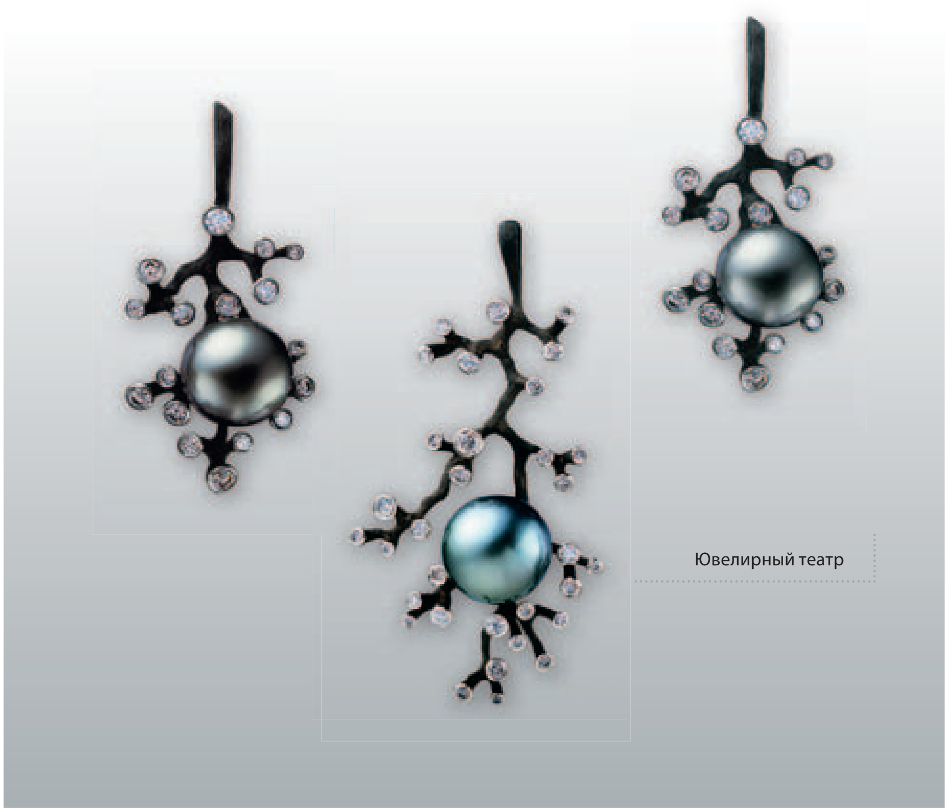

АХ
АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ
Лучший подарок – ювелирный!
Центральный офис:
129301, Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2
тел.: (495) 956-89-89 / 98, факс: (495) 956-95-71
e-mail: almaz-holding@almaz-holding.ru
www.almaz-holding.ru
реклама

Европейские традиции продвижения ювелирных изделий на мировой рынок начали складываться еще в середине XIX века и впервые были заявлены на Парижской художественно-промышленной выставке 1862 года. В конце столетия, в 1895 году в Салоне французских художников впервые экспонировались ювелирные изделия*. Благодаря этому парижские ювелиры осознали статус своего творчества как высокого искусства. Воодушевленные ошеломляющим успехом Международной выставки 1900 года они начали готовиться к следующей, которой отводилась важная роль — создание и внедрение в общественное сознание некоего эталона эстетических приоритетов в изделиях художественного производства. Для этого, во-первых, необходимо было определить перспективы на будущее, настоятельная необходимость в чем была для всех очевидна. Во-вторых, таким образом предполагалось отметить 15-летний юбилей Парижской выставки 1900 года, которая в свое время декларировала принципы искусства новейшего времени — ар-нуво.

Подготовка к этой выставке была тщательно продумана и спланирована. Однако ход ее был нарушен началом Первой мировой войны. Но как только военные действия прекратились, сразу же возобновилась работа по выставке, которая теперь была перенесена на 1925 год.

В программе, которая начала обсуждаться еще в 1907 году, ее автор Роже Сандоз, известный парижский часовщик и ювелир, четко сформулировал основные задачи, а также ряд мероприятий, необходимых для их решения[1]. Но главной ее целью являлась выработка продуманной и структурированной политики дальнейшего развития и продвижения достижений французского искусства на мировом рынке.

Первой задачей стало создание нового стилевого направления в промышленных изделиях, предназначенных для широкого потребления, в том числе и ювелирных. Впоследствии оно получило название «ар-деко». Постановка проблемы была обусловлена тем, что так и осталась нерешенной дилемма, возникшая на рубеже XIX–XX веков, когда Жорж Фуке, глава известного парижского Ювелирного Дома, пытался отказаться от обычного производства ради драгоценностей, которые привлекли бы внимание на престижных выставках.



Ювелирный театр

В результате французские ювелиры пришли к осознанию необходимости работать с более демократичным сегментом ассортимента, куда и были направлены основные творческие усилия художников-ювелиров и ювелиров-бижутеристов ар-деко.

Основные принципы отбора, которые также были сформулированы в условиях, гласили, что для экспозиции могут быть отобраны «только те произведения нового направления, которые действительно оригинальны, исключая копии, инспирированные или имитирующие древние или прошлые стили. <...> они *(произведения. — И. П.)* не могут быть выставлены, если будет установлено, что в них использованы мотивы других стран и других времен и если они не интерпретированы, не переработаны и не адаптированы к предметам»[2].

На просмотр изделия подавались строго анонимно, чтобы «жюри могло сфокусироваться только на самой вещи».

Организаторы изначально стремились к приданию будущей экспозиции международного характера, для чего были привлечены не только европейские ювелиры, но также их коллеги еще двадцати национальностей, включая и Советскую Россию.

Успешное достижение заявленных целей было предопределено разработанной организаторами программой участия в художественных салонах, предшествовавших экспозиции 1925 года. Первыми в этом ряду стали «Салон французского вкуса» в 1922 году и «Конкурс эскизов». Затем, в 1924 году, ведущие парижские Ювелирные Дома: «Бушерон», «Мобюссан», «Ван Клиф и Арпельс», «Картье», «Сандоз», «Анри Фере», а также сотрудничающие с ними дизайнеры ювелирных изделий — провели в Нью-Йорке «пробный» показ французского искусства. В том же году состоялся шестнадцатый «Салон художников-декораторов», в котором приняли участие около двадцати национальных школ, за исключением Германии и США.

Несколько слов необходимо сказать об организации главной экспозиции — Парижской выставки 1925 года. Она была тщательно продумана так, чтобы наглядно представить и национальные школы, и основные жанры ювелирного искусства эпохи модернизма. Пять категорий, в целом составляющие ансамбль изделий, окружающих человека, включали блок «ювелирных украшений», состоящий из нескольких разделов: «одежда», «аксессуары к одежде», «мода, цветы, перья» и, наконец, «парфюм». Центром этого комплекса являлся подраздел «парюра». Это позволило расставить акценты, необходимые для объективной оценки художественных достоинств ювелирных изделий, являющихся неотъемлемой частью ансамбля предметов, «украшающих» человека.

реклама

156002 г. Кострома, ул. Локомотивная, д. 3, тел./факс (4942) 54-56-13, e-mail: master.brilliant@gmail.com, web: www.masterbrilliant.com

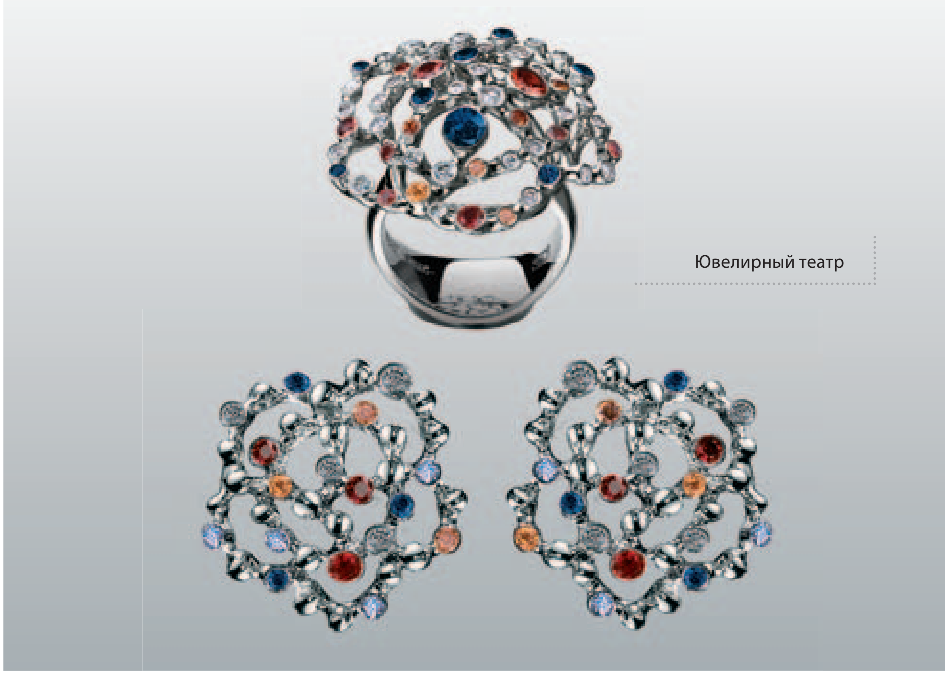
Воодушевленные творческим подъемом французы выступили вместе. В общей экспозиции участвовали не менее тридцати ювелиров: Бушерон, Шаме, Дюсуасон, Лаклош, Мобюссан, Ван Клиф и Арпельс, Фуке, Сандоз, Тамплие и другие. Среди них оказалась известная русская ювелирная фирма «Маршак», которая после эмиграции ее владельца из Киева быстро завоевала общественное признание парижской публики. Они, безусловно, задавали тон, наглядно демонстрируя свое видение будущего в истории ювелирного искусства XX века.

Одним из важнейших признаков наступления нового этапа в развитии ювелирного дела явилось четкое разделение на авторские, или художественные, украшения и модные, или костюмные. Начало этого процесса было спровоцировано еще в середине XIX столетия, когда Фредерик Бушерон, получивший золотую медаль Парижской художественно-промышленной выставки 1867 года за «Мавританские украшения», разработанные Жюлем Дебу, разместил в витринах имена всех дизайнеров и мастеров, которые принимали участие в их создании. Так был создан прецедент авторства в ювелирном деле новейшего времени. Затем он повторил это в 1900 году. А на выставке 1925 года это было уже нормой для всех.

Только Дом «Картье» остался на прежних, «цеховых» позициях, хорошо понимая, что в коммерческих целях его продукция должна быть легко узнаваема, т. е. сохранять стилевое единство. Для этого он продвигал не имена, а бренд. Привлекая к сотрудничеству лучших дизайнеров, он обязывал их следовать «фирменному стилю». Так руководство Дома поступает и сегодня.

Картье в этом отношении наиболее ортодоксален, но в большей или меньшей степени этого придерживаются и другие. Так, например, несколько лет назад Дом «Ван Клиф и Арпельс» предложил московской фирме «Ютэ — ювелирный театр» работать под своим брендом.

В современных условиях на мировом рынке невозможно синтезировать уникальность и модность. Задача рынка не производство уникальных драгоценностей, а формирование эстетического эталона. Творческое «самовыражение» в буквальном смысле здесь невозможно. Но возможно неординарное решение общей задачи, четко и ясно сформулированной и встроенной в структуру промышленного искусства — pret-a-porter. Высокое искусство как штучный товар на рынке неинтересен. Рынок двигается не авторскими концепциями, которые не подвержены сезонным изменениям, а расширением бренда, о чем свидетельствует современное обращение ведущих ювелирных фирм мира к своим историческим традициям, позволяющее им быть и узнаваемыми, и оригинальными одновременно.



Ювелирный театр

Особую позицию Дом «Картье» занял и на выставке 1925 года. Дистанцировавшись от коллег, он разместил свою экспозицию в «Павильоне Изящного», рядом с работами известных кутюрье, заявив таким образом о паритетном альянсе между двумя профессиями и фактически декларировав рождение жанра модных, или костюмных, украшений[3].

Завершая этот исторический экскурс, отметим, что организаторы Парижской выставки 1925 года очень большое значение придавали выступлениям в прессе. Достаточно вспомнить статьи Жерара Сандоза «Украшения сегодня» и «Интернациональное искусство сегодня»[4], в которых, подводя итоги предшествующего, творчески насыщенного десятилетия, автор и художник-ювелир изложил свое видение и основные эстетические принципы нового стилевого направления в ювелирном искусстве.

На современном этапе взаимный интерес западноевропейских производителей драгоценных ювелирных изделий и российской публики впервые проявился на рубеже 1980-х — 1990-х годов. Правда, вернее будет сказать, что тогда, в разгар «перестройки», отечественная ювелирная промышленность лежала в руинах, а покупателям в основной массе было не до драгоценностей. И европейцы скорее откликнулись на российский интерес к их изделиям как эталону современного мастерства.

На этой волне велись переговоры о выставке Дома «Картье» в Государственном историко-художественном музее-заповеднике «Московский Кремль». (Вспомним «пробный показ» французского ювелирного искусства 1922 года в Нью-Йорке). К сожалению, они не увенчались успехом. По официальной версии, руководство «Картье» не удовлетворили условия экспонирования и сохранности, предоставляемые принимающей стороной. Но, скорее всего, решающее значение имело то, что неясны были перспективы дальнейшего продвижения на российском рынке Дома «Картье», коммерчески активного, но не подверженного очарованию моментального успеха. (Эта выставка все же состоится в музеях Московского Кремля в мае 2007 года.)

И тогда, весной 1991-го, в Государственных музеях Московского Кремля состоялась совсем другая выставка. Швейцарский мастер ювелирного искусства из Женевы Жильбер Альбер, которого эксперт по ювелирному искусству Аманда Триосси позиционирует как ведущего современного художника-ювелира авангардного направления (правда, оговариваясь при этом, что ее оценка не встречает понимания у коллег)[5], представил коллекцию «Сокровища земли, неба и моря». В течение после-

ИМПЕРИЯ СОЛНЦА
ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ
RUSSIAN JEWELRY

Модная Коллекция украшений с бриллиантами

САЛОН ЮВЕЛИРНОЙ МОДЫ "ИМПЕРИЯ СОЛНЦА"

Санкт - Петербург
ул. Думская, 4 ТК «ПЕРИННЫЕ РЯДЫ» 1 этаж тел. (812) 449-53-50
пр. Культуры, 1А ТРК «Родео Драйв» 1 этаж тел. (812) 495-40-40

реклама

дующих лет художник еще не раз показывал свои изделия в Москве и наконец открыл в центре города, на Тверской, свой бутик.

И только благодаря этой художественной акции в том же году двери главного национального музейного собрания ювелирного искусства впервые открылись для масштабной выставки произведений отечественных художников-ювелиров. В конце 1991 года здесь состоялась выставка «Ювелирное искусство художников РСФСР» — третья и последняя в советский период.

Единственная «персональная» выставка произведений отечественной фирмы «ЮТэ — ювелирный театр» — «Алмазы России. XX век» при поддержке национальной алмазодобывающей компании «АЛРОСА» состоялась только спустя десять лет, на рубеже тысячелетий. В ней участвовали ведущие отечественные художники-ювелиры: Ольга и Феликс Кузнецовы, Ирина Дорофеева, Максим Вознесенский, Елена Мамонтова, Сергей Хренов и другие.

На протяжении всего этого времени в Москве, в ВЦ «Сокольники» продолжала работать Ежегодная ювелирная выставка-ярмарка «Ювелир». Но и сюда европейцы, за исключением производителей оборудования, не торопятся. Лишь в самое последнее время, два-три года, на выставке-ярмарке «Русский Стиль» в Гостином Дворе появились производители и торговцы ювелирной бижутерией из Италии, Германии, Франции.

Тому есть несколько причин. Первое — европейские, да и восточные (китайские и индийские) производители массовой продукции не рвутся на российский рынок уже потому, что на прохождение таможни часто уходят месяцы. Второе — изделия итальянских дизайнеров с их клеймами продаются через российские фирмы с их торговыми марками.

С другой стороны, в отличие от россиян, которые придают этим действам статус художественной акции и проводят творческие конкурсы среди коммерческих предприятий, изделия которых, рассчитанные на массовое потребление, как уже говорилось выше, не могут и не должны иметь выраженной индивидуальности, европейские «ювелиры-бижутеристы» воспринимают выставку соответственно ее статусу, как закрытое отраслевое мероприятие. Свои творческие задачи они решают иначе.

Надо отметить, что в последние годы заметно некоторое колебание в ориентации отечественных выставок-ярмарок. Сначала они были открыты для широкой публики и розничной торговли. Затем организаторы пытались стимулировать актуализацию творческого аспекта в экспозиции, для чего в том числе проводятся конкурсы. Тем не менее сегодня можно смело утверждать, что все попытки истолкования этих экспозиций как художественных акций несостоятельны и коммерческая составляющая здесь, безусловно, доминирует над эстетической. За эти годы с выставок-ярмарок ушли творческие фирмы «Сирин», «Ютэ — ювелирный театр», «Е. Закс» и многие другие. И все это потому, что конкурсы на отечественных выставках-ярмарках, несмотря на регулярность, это разовые акции. А для того чтобы они могли решить какие-либо актуальные для отечественного ювелирного искусства задачи, они должны представлять некую продуманную, выстроенную и структурированную программу, о чем уже говорилось выше и чего нет, несмотря на многолетний опыт их проведения.

И тут мы возвращается к опыту западноевропейских коллег, каждый шаг которых вытекает из поставленных и взвешенных целей и предполагает не только предсказуемый, но и гарантированный результат.

Всего за несколько последних лет в России — в Москве и Петербурге было открыто значительное количество бутиков ведущих европейских Ювелирных Домов. Даже образовались своего рода «ювелирные кварталы», например Третьяковский проезд и Столешников переулок в Москве. И этому предшествовало не только появление состоятельных российских клиентов на западноевропейском рынке и мониторинги, проводившиеся специалистами западных фирм в России, что скрыто от глаз публики, но и впечатляющая программа презентаций и их информационная поддержка в масс-медиа.

Буквально как грибы после дождя растет количество мультибрендовых фирм, торгующих изделиями европейских производителей: Mercury, «Да Винчи», «Подиум», «Лувр», «Голконда», «Маска», «Космос-Золото». Недавно в ГУМе открыт новый бутик «Sublime».

Публичный выход на российский рынок европейские Ювелирные Дома начали с представления своих коллекций в рамках международных салонов изящных искусств в Москве. Тем самым они сразу декларировали статус своих изделий как произведений высокого художественного ремесла вне хронологических границ современности. Для старейших Ювелирных Домов современный период является только очередным этапом большой исторической дистанции.

Напомним, в экспозиции «Улицы ювелиров» на Втором Московском международном салоне изящных искусств, который проходил в Москве в сентябре 2005 года, свои произведения демонстрировали известные Ювелирные Дома: «Ван Клиф и Арпельс», «Буччеллати», «Дэвид Моррис», «Булгари», авторские фирмы: «Жильбер Альбер», «Авакян», «Мусаев» и другие.

Открывал экспозицию «Улицы ювелиров» Аукционный Дом Кристи's. Торговый Дом «Меркури» представил старинные фирмы: «Тиффани», «Шопар», «Микимото», «Граф», а также произведения ведущих дизайнеров ювелирных изделий: Фаваза Груози, Паскуале Бруни.

(Дом «Картье», как и на Парижской выставке 1925 года, дистанцировался от своих коллег. Компартимент «Картье», фланкированный подиумами с шикарными вечерними туалетами, замыкал «Улицу ювелиров»).

Таким образом, в экспозиции зримо были обозначены главные аспекты: творческое кредо или «стиль фирмы», альянс ювелиров и кутюрье, авторское начало ювелирного дела как искусства и суть производства драгоценностей — удовлетворение клиента — все в строгом соответствии с характером Художественного салона изящных искусств.

Фирмы, готовящиеся к открытию бутиков в Москве, например Буччеллати, были особенно расположены к общению с публикой. Их представители не только охотно рассказывали об истории фирм и характерных особенностях стиля, но и внимательно следили за тем, какие изделия вызывают интерес.

Для VIP-клиентов в режиме работы Салона было отведено специальное время.

К числу участников следующего Московского международного салона изящных искусств, который проходил в мае 2006 года, присоединился Дом «Шанель», который продемонстрировал верность корням и одновременно устремленность в будущее. «Модность» в изделиях от «Шанель» традиционно сочетается со стильностью и элегантностью, характерными для Великой Мадмуазель.

Хотя акцент делался на уникальные изделия, все же обстановка Международного са-

лона изящных искусств диктовала свои условия, каждая экспозиция достаточно полно представляла актуальные коллекции фирм. Рядом с уникальными произведениями фирмы демонстрировали значительное количество изделий, предназначенных более широкому кругу публики. Так, в ассортименте Дома «Ван Клиф и Арпельс» доминировали модные украшения для молодых и успешных клиентов. Остальным также великодушно предоставляется возможность удовлетвориться скромной «вещицей известной марки».

Участие россиян в экспозиции майского Салона 2006 года подтвердило: «Нам есть что сказать». Российские фирмы вместе продемонстрировали, что и у нас прослеживаются тенденции, аналогичные тем, что наблюдаются на Западе. Широкий ассортимент изделий с крупными и «коллекционными» бриллиантами «русской огранки» показала компания «Смоленские бриллианты». Приверженность традициям историзма продемонстрировала владикавказская фирма «Гуриати», работающая в «стиле Фаберже». Московская авторская ювелирная фирма «ЮТэ — ювелирный театр» по праву считается лидером отечественного производства ювелирных изделий. Ее произведения отличает высокий художественный уровень и концептуальная острота в работе с драгоценными материалами.

Европейцы не ограничиваются общением с потенциальными и реальными клиентами на выставке или презентации. Каждый посетитель «для продолжения разговора» уносит с собой буклеты и каталоги, представляющие последние коллекции. Это позволяет осмыслить увиденное и, возможно, со временем вернуться, чтобы приобрести что-нибудь для себя.

Наши ювелиры работают не над коллекциями, несмотря на то что с начала XX века это стало нормой для европейских ювелиров, а производят отдельные изделия и массовую продукцию, являющуюся экономической базой производства. А в такой ситуации журналисты вынуждены будут говорить о так называемых «эксклюзивных», а по сути, единичных изделиях, которые по своему художественному уровню далеко не всегда могут претендовать на статус действительно «уникальных» художественных ювелирных изделий.

В результате диспропорции в подаче информации с явным перевесом на стороне западноевропейских Ювелирных Домов возникает парадоксальная ситуация. Мало того что отечественные производители в абсолютном большинстве за последние два десятилетия, когда реструктуризировалась отечественная ювелирная промышленность, упустили возможность взять реванш за годы стагнации в советский период, когда рынок был пуст, а публика всеядна. Прошедшие годы в силу отсутствия четкой и продуманной программы развития были потрачены на мнимое «возрождение национальных традиций» в виде перепевов фирменных стилей Фаберже, Овчинникова, Хлебникова — эпохи историзма и модерна. Современное состояние отечественного рынка показывает, что эти амбиции оказались неплодотворными. Вырванные из контекста своего времени эстетические принципы ювелирного дела середины XIX — начала XX века, как всякое заимствование, лишены жизнеспособности. Собственный «фирменный стиль», а равно исовременную манеру работы на рынке удалось сформировать единицам.

Конечно, нет ничего плохого в самом факте активизации на отечественном ювелирном рынке европейских Домов и производителей ювелирной бижутерии. Плохо то, что российские производители в своей массе не изучают их опыт и продолжают работать в советских традициях, ориентируясь только на ближайшие перспективы, не работают над базовыми коллекциями. Впрочем, как и над коллекциями вообще. А создают отдельные, «эксклюзивные» образцы, не имеющие перспектив развития в ассортименте предприятия, не будоражат устоявшиеся вкусы широкой публики актуальными идеями. А именно это является основой стилевого развития ведущих европейских Ювелирных Домов. Что они и демонстрируют при каждом удобном случае.

Таким образом, вновь, как и раньше, произведения ведущих западноевропейских Ювелирных Домов остаются для нас единственным образцом. И пока нам как национальной школе ювелирного искусства почти нечего им противопоставить.

И так будет до тех пор, пока мы не сможем выстроить национальную политику в области ювелирной промышленности, предложить нечто оригинальное, действительно достойное великих предшественников, создавших славу отечественной школы ювелирного искусства в самом начале ее выхода на европейскую арену и получивших там общеевропейское признание. Достаточно вспомнить Сазикова, названного в числе трех лучших ювелиров (двое других были французами) на Парижской художественно-промышленной выставке 1862 года и Гран-при, завоеванный фирмой Фаберже в 1900 году.

Сегодня время работает не на нас. Хорошо бы его не упустить.

* Cartlidge, B. Twentieth-Century. New York. 1985. P. 12.
[1] Raulet, S. Salons and Exhibitions // Art Deco Jewelry. London: Thames & Hadson. P. 45.
[2] Там же. С. 49.
[3] Там же. С. 49.
[4] Sandoz, G. Bijoux d'Aujourd'hui // Renaissance de l'Art Francas et des Industrie de Luxe. August. 1929.
Sandoz, G. L'Art International d'Aujourd'hui // Objets Usuels. No 14.
[5] Триосси А.

ГАРАНТИЯ ДО 3-Х ЛЕТ

ФАБРИКА ВЕК

ДЕМОНСТРАЦИОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И ЮВЕЛИРНАЯ УПАКОВКА

Россия, 601910, г. Ковров, Владимирская обл, ул.Блинова, д. 66, тел/ф (49232) 6-94-70, 6-94-71
e-mail: info@vekfabrika.ru **www.vekfabrika.ru**
Московское представительство: тел./факс (495) 775-87-20 e-mail: infom@vekfabrika.ru
Санкт-Петербург: тел.: (812) 921-03-04

реклама

First.
The jewellery supremacy

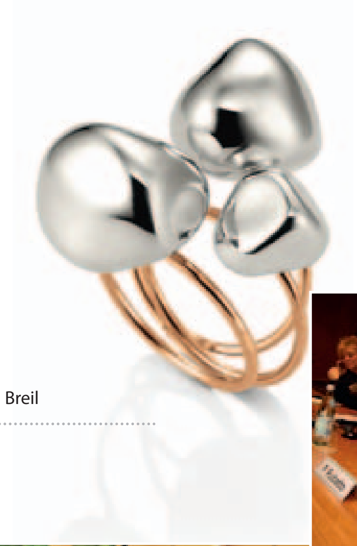
Ярмарка в Виченце продолжает процесс обновления, начатый в прошлом году, когда сменился состав руководства этого международного выставочного проекта. Перемены касаются всего — от глобальной концепции до дизайна павильонов. Сегодня «VicenzaOro» включает в себя три регулярные профессиональные ювелирные выставки: «First», «Charm» и «Choice», возглавляемые разными директорами, имеющие собственные программы, выполняющие различные задачи в соответствии с сезонными потребностями мирового ювелирного рынка. Запускается также совершенно новый проект — выставка в Милане «About J» (2–4 марта 2008 г.). В центре всемирной моды будут представлены 60 итальянских и 20 международных марок, лучшие из лучших.

Майская выставка ориентирована на демонстрацию произведений дизайнерского искусства, модных трендов. Как мы уже писали в прошлых номерах, на «Charm» организаторы планируют провести небывалый для зарубежных профессиональных выставок эксперимент: в течение трех первых дней павильоны будут открыты для оптовиков, затем два дня — для розничных покупателей. Удастся ли это — время покажет.

В будущей осенней экспозиции «Choice» акцент сделан на широчайший выбор коллекций для предновогодних и рождественских продаж.

Но особое значение организаторы придают зимней выставке, проходившей в этом году с 13 до 20 января. Данный проект назван «First» и позиционируется как самое первое событие в ювелирном календаре. Действительно, это первая международная выставка драгоценностей, имеющая важнейшее значение как для дизайнеров ювелирной моды, так и для отраслевого бизнес-сообщества. «First» — своеобразная витрина той продукции, которую мы увидим впоследствии в Базеле, ведь дебютные показы новых коллекций многих компаний проходят именно в Виченце. В этом качестве итальянская выставка завоевывает прочные позиции. Усилия организаторов ярмарки по переоснащению экспозиционных площадей и модернизации маркетинговых технологий проекта не про-

Breil



Breil

Stefan Hafner

LNB

MISIS

Valente

MISIS

DAMIANI

Roberto Coin

Stefan Hafner

CALGARO

шли даром и уже приносят ощутимые плоды. Так, одним из показателей успешности является ежегодное увеличение числа стран — участниц выставки. Отрадным является и тот факт, что российские ювелиры также не обходят вниманием ярмарку. Кроме того, авторитет и высокий статус «VicenzaOro» подчеркивается ее партнерством с Всемирным Золотым Советом.

Главное и принципиально отличие «First» от других ярмарок в Виченце — экспозиция оборудования для ювелирного производства, получившая новое название «T-GOLD». Не случайно в рамках именно этой выставки проходит международный технологический Симпозиум. Подобных мероприятий насчитывается в мире всего три: в Санта Фе, Санкт-Петербурге и в Виченце. Насыщенная деловая программа — серьезное дополнение к роскошной экспозиции ювелирных коллекций. В целом, подводя итоги «First», можно смело говорить о весьма успешном старте нового ювелирного года!

МАГАЗИН РУССКИЙ ЮВЕЛИР

ПРЕДСТАВЛЯЕТ

ВЕДУЩИЕ РОССИЙСКИЕ БРЕНДЫ

ОЦЕНИТЕ РОССИЙСКОЕ КАЧЕСТВО!

ТК «ПЕРИННЫЕ РЯДЫ»

Санкт-Петербург, ул. Думская, д. 4, 1 этаж, 1 секция

тел. +7 812 449 53 57

реклама

Ювелирная одиссея

Выставка в Виченце, пожалуй, самая «русская» из всех международных ювелирных форумов. И в январе нынешнего года в экспозиционных павильонах выставочного проекта «First» то и дело слышалась русская речь. Активному посещению итальянской ярмарки нашими соотечественниками в немалой степени способствует деятельность компании «Одиссея», организующей поездки представителей ювелирного бизнеса и просто заинтересованных лиц на крупнейшие выставочные мероприятия в различных странах мира.

В январе 2008 г. с компанией «Одиссея» в Виченцу приехали 105 человек, среди которых были дизайнеры, производители и продавцы ювелирных изделий, отраслевые специалисты, бизнесмены, научные работники... В группу вошли представители ООО «Ювелирный завод «Платина» (Красноена-Волге), ООО «Зоро» (Москва), ЗАО «ПКФ «Сапфир» (Москва), ООО «ТПП «РегионЮвелир» (Москва), ООО «Золотой XXI векъ» (Вологда), ИП Котляр Д. А. (Ростов-на-Дону), ООО «Эмерада» (Самара), ООО «Династия» (Москва), ООО «МЮЗ ЭЛИТ» (Москва), ООО «ЮК «Инталия» (Москва—Кострома), ИП Боринштейн М. А. (Пенза), ООО «Покровские ворота» (Москва), ООО «Джем Тэк Лаб» (Москва), ООО «Алмаз-Центр» (Красноена-Волге), ООО «ТД «Бронницкий ювелир» (Москва), ООО «ТПК «Таганский ювелирный завод» (Москва), ООО «КЮФ «Топаз» (Кострома), ООО «Бриллианты Костромы» (Кострома), ООО «Мастер Бриллиант» (Кострома), ООО «РУТА» (Москва, Кострома, Екатеринбург), ООО «Юверос» (Москва), РАУП «Гомельское ПО «Кристалл» филиала «Завод Ювелир» (Гомель, Белоруссия), ООО «СпектрГрупп» (Москва), ООО «Золотые купола» (Кострома), ООО «ТД «Санис» (Санкт-Петербург), ИП Дьяков А. А. (Москва), ОАО «Красцветмет» (Красноярск), ООО «Русская ювелирная сеть» (Москва), ООО «Медея» (Кострома), ИП Комарова Г. А. (Кострома), ООО «Лассо» (Москва), ООО «Софийская набережная» (Москва), Государственного исторического музея, ООО «Арт-Фацет» (Москва), ООО «СААВ+» (Москва), ООО «Эстет» (Москва), ООО «Клио» (Москва), ЗАО «МТЦ «Туриндустрия» (Москва), ООО «Алтын» (Москва). Причем генеральный директор компании «Алмаз-Центр» О. Ю. Федотова посетила выставку бесплатно по выигранному в Базеле в апреле 2007 г. сертификату от «Одиссеи».

Компания «Одиссея» давно и успешно организует подобные поездки на международные ювелирные форумы. И главное отличие их деятельности — в профессиональном подходе и понимании интересов аудитории. Неслучайно начиная с этого года и в дальнейшем программа посещения будет включать в себя доклады и лекции специалистов, сопровождающих группу. Генеральный директор ООО «Одиссея» Марина Платонова пригласила Галину Николаевну Ковалеву, президента Международного фонда поддержки образования и творчества ювелиров «Форма», члена Союза художников России, для проведения семинаров. Слушатели смогли познакомиться с ее докладами, посвященными тенденциям ювелирной моды на ближайшие два года («Мода 2008—2009: изменения форм, цветовая палитра, фактуры и орнаменты, творческие поиски и результаты их воплощения») и перспективам развития профессионального обучения в нашей стране и за рубежом («Европейские школы ювелирного дизайна и перспективы развития обучающих программ в России: тренды и отношения к ним, формирование коллекций, различные задачи обучения и способы их решения»).

В апреле 2008 г. состоится организованная компанией «Одиссея» поездка группы в Базель, где Галина Николаевна продолжит цикл лекций. Кроме того, в рамках этой программы состоится семинар по итогам выставки «First».

Хочется отметить, что объединение поездки на ювелирную выставку с образовательными мероприятиями — шаг очень верный. Ведь будучи весьма загруженными повседневными делами, мы не всегда имеем возможность уделить достаточно времени на повышение квалификации, расширение профессионального кругозора. На наш взгляд, такие нестандартные решения — путь, способствующий процветанию бизнеса.

«Действительный Поставщик Дома Фаберже» — знак признания мастерства и профессионализма

В канун Нового года в ювелирном доме Фаберже произошло знаменательное событие: в знаменитом особняке на Большой Морской улице собрались лучшие ювелиры Петербурга. Поводом для встречи стало не только подведение успешных итогов года, но в первую очередь проведение торжественной церемонии награждения званием «Действительный Поставщик Дома Фаберже».

Подобное мероприятие проводилось в нашем городе впервые, но традиция награждать лучших поставщиков неизменно качественной и высокохудожественной продукции почетными званиями имеет глубокие исторические корни.

До революции звания «Поставщик Высочайшего двора» удостаивались самые именитые мастера, чьи ювелирные произведения ныне являются национальным достоянием и гордостью музейных коллекций. Это был знак высшего профессионального отличия и признания заслуг, и удостаивались его очень и очень немногие. Сам Карл Фаберже по праву гордился этим званием и всегда высоко держал марку своей продукции, поскольку соответствие высокому статусу требовало гарантий максимального качества ювелирных изделий.

Глубоко символично, что возрождение славной традиции на новом витке современности началось именно в Доме Фаберже.

Этот ювелирный центр, как и сто лет назад, представляет собою уникальное явление в ювелирной отрасли: здесь сосредоточены коллекции лучших российских ювелиров, отличающиеся точностью линий, мастерством обработки, неповторимостью дизайна.

Эксклюзивные произведения ручной работы, украшения из золота и бриллиантов, уникальные рубины, сапфиры, изумруды, серебряные столовые приборы, чудесные фигурки камнерезной пластики, неповторимый и всегда исчерпывающий ассортимент — вот что выделяет Дом Фаберже в созвездии ювелирных магазинов города на Неве.

Быть достойным продолжателем всемирной славы Фаберже нелегко — для этого нужно стремиться всегда быть на полшага впереди остальных, чтобы соответствовать высочайшему эталону, заданному великим мастером. Современному Дому Фаберже это удается с блеском.

Важная составляющая успеха — очень строгий, даже придирчивый отбор изделий. Ювелиры хорошо знают, что на прилавки ювелирного дома попадают только самые лучшие драгоценности, поэтому само сотрудничество ювелирной компании с Домом Фаберже давно принято считать фактом признания качества и высокого эстетического уровня изделий. Более того, многие эксклюзивные украшения создаются по эскизам Дома Фаберже.

Учреждение звания «Действительный Поставщик Дома Фаберже» стало официальным признанием профессионального мастерства компаний, знаком глубокого уважения к людям, виртуозно создающим лучшие образцы современного ювелирного искусства, данью благодарности партнерам, надежно и преданно сотрудничающим с Домом Фаберже.

Первыми лауреатами звания «Действительный Поставщик Дома Фаберже» стали предприятия:

- Ювелирное предприятие «ГРИНГОР»,
- Ювелирная компания «Арина»,
- Торговый дом «БАСК-КРИН»,
- ООО «Астра»,
- ООО «Кахолонг»,
- ООО «КАСТ» .

Отдельного внимания были удостоены ювелиры-камнерезы. Это не удивительно, ведь коллекцию современной камнерезной пластики, представленную в Доме Фаберже, с полным основанием можно назвать самой крупной в стране. Дипломов, подтверждающих звание «Действительный Поставщик Дома Фаберже» были удостоены ООО «Эболи», Ярослав Юрьевич Ксенофонтов, Антон Владиславович Глумаков, Владимир Андреевич Илюхин, Светлана Анатольевна Седых. В память о выдающемся мастере почетного звания был удостоен и безвременно ушедший от нас Илья Дмитриевич Боровиков.

Исполнено с блеском
петрозолото
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ИЗДЕЛИЙ С БРИЛЛИАНТАМИ
195009, г. Санкт-Петербург, ул. Михайлова, д. 11,
тел. (812) 703-39-20, 703-39-21, факс (812) 703-39-26
e-mail: petrozoloto@list.ru www.petrozoloto.ru
реклама

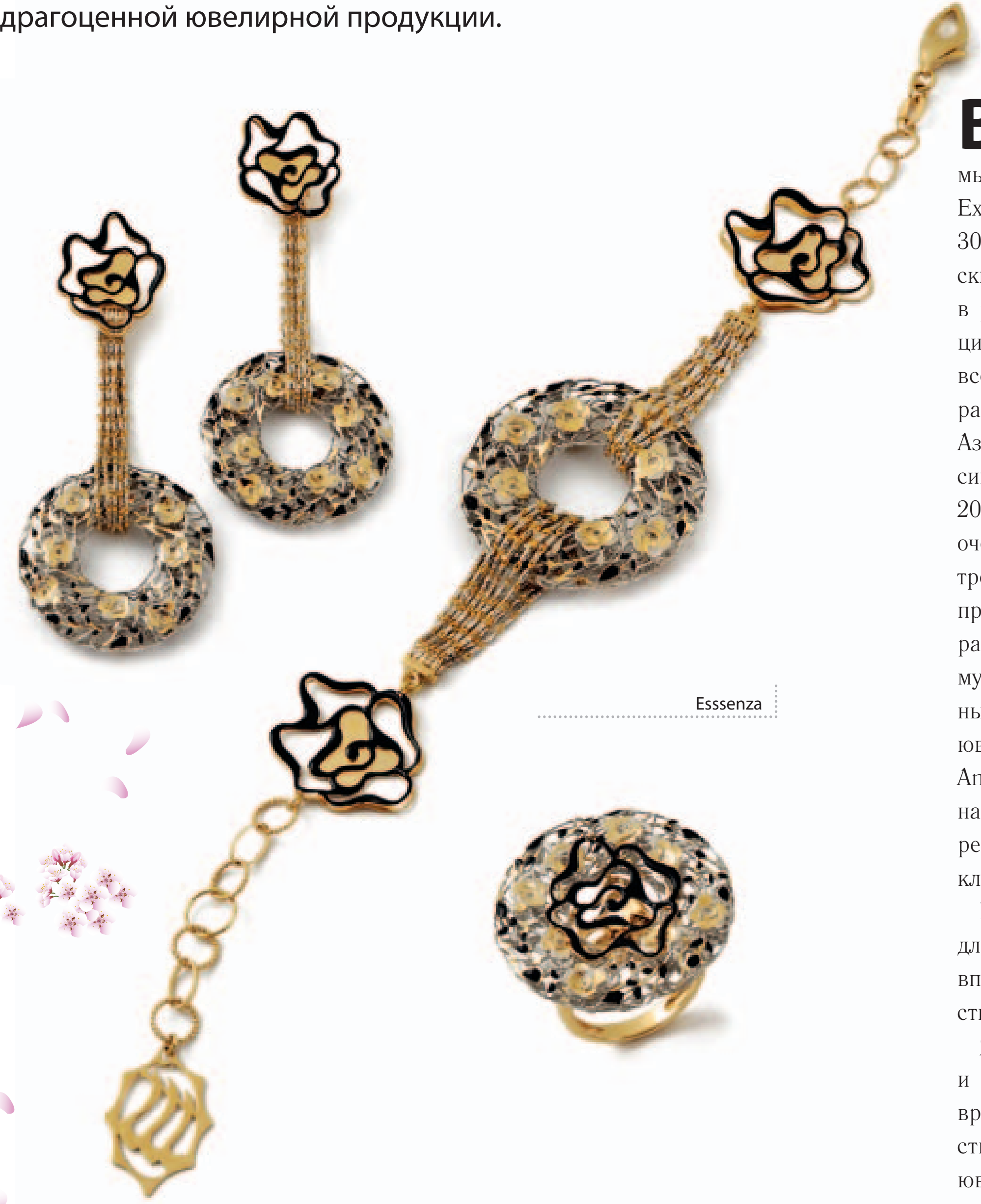
Церемонию вручения открыли генеральный директор ОАО «Ювелирторг» Александр Михайлович Царенков, заместитель генерального директора ОАО «Ювелирторг» Сергей Владимирович Богомолов и директор магазина «Яхонт» — Дом Фаберже — Галина Сергеевна Перова. Вручая дипломы лауреатам, трио руководителей единодушно признавали, что своей нынешней славой Дом Фаберже в немалой степени обязан таланту и мастерству этих ювелиров. И дальнейшее плодотворное сотрудничество послужит процветанию ювелирной торговли. В свою очередь представители ювелирных фирм признавали, что совместная работа с Домом Фаберже обогащает их новыми идеями, вдохновляет на смелые, дерзкие эксперименты, помогает тоньше понимать и чувствовать веяния моды и тенденции спроса. А уж в искусстве торговать ювелирному дому нет равных — изделия, которые попадают в витрины, просто обречены на успех у покупателей. Виной тому и высочайший профессионализм продавцов магазина, и необыкновенная, фантастическая аура Дома с богатейшими ювелирными традициями.

Этой атмосферой торжества, роскоши, света был проникнут и сам праздник: гости смогли полюбоваться роскошным дефиле изысканных драгоценностей, пообщаться в непринужденной обстановке, обсудить планы на новый год.

Gold Expressions 2008

Ежегодно, уже на протяжении пяти лет, Всемирный Золотой Совет знакомит нас с лучшими новыми коллекциями итальянских дизайнеров ювелирной моды. Ведущий маркетинговый проект этого авторитетнейшего участника глобального ювелирного рынка призван продвигать драгоценности под маркой «Сделано в Италии», а также объединить усилия итальянских дизайнеров и производителей ювелирных изделий. Ключом к успешному воплощению проекта в жизнь стала комбинация изучения потребительского спроса и прогнозирования тенденций с неиссякаемым творческим потенциалом итальянских дизайнеров и мастерством создателей украшений. Исследования Всемирного Золотого Совета обеспечивают понимание образа жизни, покупательских привычек и предпочтений потребителей драгоценной ювелирной продукции.

WORLD GOLD COUNCIL



Esssenza

В январе нынешнего года в Виченце стартовал очередной этап программы Всемирного Золотого Совета — «Gold Expressions 2008», представивший более 300 ювелирных произведений 60 итальянских участников. После премьерного показа в рамках традиционной выставки экспозиция проекта отправится в путешествие по всему миру, охватывающее важнейшие отраслевые рынки, включая Юго-Восточную Азию, Индию, Ближний Восток, США и Россию. Кругосветный вояж «Gold Expressions 2008» расценивается организаторами как очень важный шаг, стимулирующий рост потребительского спроса в сфере драгоценной продукции и продвижение инновационных разработок итальянских дизайнеров, поэтому проект спонсируется не только Всемирным Золотым Советом, организаторами ювелирной ярмарки в Виченце и компанией AngloGold Ashanti, специализирующейся на добыче золота, но и многочисленными региональными торговыми партнерами на ключевых рынках мира.

Проект нынешнего года особенно важен для Всемирного Золотого Совета, так как впервые включил в сферу своей деятельности Японию и Россию.

Япония — экономически, политически и культурно «закрытая» страна. Долгое время условия ее рынка не благоприятствовали участию итальянского импорта ювелирной продукции. Однако ситуация меняется, в связи с чем Всемирный Золо-

Asolo Gold

D Orica

Aretina Arte

Ronco

Aretina Arte

Orofranco

Nanis

DML

Clioro

той Совет принял стратегическое решение сфокусировать внимание на сотрудничестве с японскими компаниями. И первым партнером стала TKJ. «Мы счастливы работать на японском рынке и постараемся вдохнуть свежие идеи в уже устоявшиеся представления японцев о ювелирном дизайне, — говорит Филип Олден, управляющий директор Всемирного Золотого Совета, — также мы очень взволнованы тем, что наш проект приходит и в Россию».

Россия — колоссальный рынок сбыта драгоценной продукции, имеющий огромный потенциал, а потому вызывающий стабильный интерес международного ювелирного бизнеса. Исследования показывают, что

Sidra

Eurocatene

Italorafa

Jessica Jewels

среди импортируемой в нашу страну ювелирной продукции, показатели потребления которой растут год от года, для отечественного покупателя именно итальянские драгоценности стоят на первом месте, являясь эталоном роскоши и стильного дизайна. В связи с этим у Всемирного Золотого Совета есть все основания полагать, что «Gold Expressions» очень быстро будет иметь в России заслуженный коммерческий успех. Уже известен и партнер Совета по продвижению продукта на российском рынке. По информационным материалам организации, официальным дистрибьютором проекта «Gold Expressions 2008» стала компания «Чороп».

Сердце,
тебе так хочется любить!

Символ сердца, созданный одним росчерком, — на песке, бумаге, металле — всегда олицетворение любви: искреннее признание и надежда на взаимность. «Спасибо, сердце…» — поется в известной песне.

Fraccari

Действительно, ювелирам есть за что поблагодарить этот символ, известный человечеству с незапамятных времен. Изображение сердца в самых разнообразных стилях и вариациях, воплощенное в различных материалах, с успехом используется создателями украшений уже много столетий. И тем не менее до сих пор фантазия художников и дизайнеров подсказывает все новые и новые интерпретации столь знакомой темы. Да и ценители драгоценностей по-прежнему не изменяют своему пристрастию к «сердечной» символике. Женская половина человечества охотно принимает в дар украшения с изображением сердца, а мужчины не устают радовать избранниц такими подарками, доказывая свою любовь.

Damani

Italorafa

Maria De Toni

Daniela Neri for Mulino D'Oro

Петрозолото

Sweet Years Jewels

Manzardo Gioielli

Facco Gioielli

Особенно актуальной «сердечная» тема становится в феврале, накануне Дня святого Валентина, популярного во всем мире и прочно занявшего место в календаре любимых праздников россиян. Поэтому создатели ювелирных изделий традиционно готовят к этому периоду новые коллекции, в которых без многочисленных и разнообразных «сердечек» не обойтись. Выбор огромен: какое из этих сердец сможет рассказать именно о вашей любви?

«Северная чернь» — юбилей уникального ремесла

2008 год является знаменательным в истории мирового декоративно-прикладного искусства — исполняется 325 лет со времени первого документального упоминания об уникальном народном художественном промысле «Северная чернь», а хранитель и приумножатель древних традиций искусства чернения по серебру ЗАО «Великоустюгский завод «Северная чернь» отмечает свой 75-летний юбилей.

Генеральный директор Е. В. Щедрин

Сущность декорирования чернью состоит в том, что черный сплав, состоящий из традиционных компонентов на основе серебра, вплавляют в основной металл — серебро, чтобы достичь цветового контраста. В основном металле делаются небольшие углубления методом гравировки, которые и заполняются расплавленной чернью. Искусство чернения по серебру изначально было распространено во многих городах России. В начале XX века по причине ряда исторических и экономических событий Великий Устюг остался единственным в России центром русского искусства чернения по серебру. Творческая фантазия маститых художников, помноженная на непревзойденное мастерство ювелиров, граверов, чернильщиков, позволила великоустюгским умельцам создать множество изделий подлинных произведений декоративно-прикладного искусства. На протяжении десятилетий эксклюзивные работы великоустюгских черневых дел мастеров пополняли коллекции ювелирного искусства крупнейших музеев России. Серебряные шедевры в черневом декоре на многих международных конкурсах и выставках принесли предприятию множество почетных дипломов и медалей, как правило, высшего достоинства. Развивая традиции древнего ремесла, творческий коллектив завода сформировал самостоятельное, уникальное направление современного ювелирного искусства. В настоящее время самобытными мастерами освоено к выпуску более 1000 наименований изделий. Это предметы сервировки стола, поражающие воображение своим разнообразием и неподражаемой затейливостью черневого декора, ювелирные украшения, завораживающие волшебным изяществом форм и изысканностью отделки. Особая группа ассортимента — предметы религиозного назначения, выполняемые в строгом соответствии с канонами Русской православной церкви. Стиль великоустюгского ювелирного искусства ярко выделяется уникальным изяществом непревзойденного декора, строгой лаконичностью форм и филигранностью отделки серебряных изделий, а Торговая марка «Северная чернь» стала гарантией высочайшего качества исполнения. В 2007 году изысканные предметы сервировки стола производства ЗАО «Великоустюгский завод «Северная чернь» завоевали звание лауреата конкурса «100 лучших товаров России». Продукция завода пользуется устойчивым спросом во всех регионах России от Калининградской области до Камчатской. В 2007 году ряды сотен плодотворно сотрудничающих с нашим заводом предприятий торговли пополнили 120 новых контрагентов.

С древних времен известно, что серебро обладает уникальными дезинфицирующими и лечебными свойствами. Поэтому все больше людей понимает, что, чем тратить деньги на дорогие лекарства (с побочными эффектами), лучше в целях профилактики пользоваться серебряной посудой. А это на сегодняшний день могут себе позволить не только очень состоятельные люди, но и так называемый средний класс. Растущая популярность наших изделий позволила

увеличить объем производства продукции более чем на 15% по сравнению с 2006 годом. Стабильной работе завода способствуют также налаженные администрацией устойчивые партнерские взаимоотношения с субъектами рынка драгоценных металлов.

Несмотря на объективные сложности работы в ювелирном бизнесе, администрация завода систематически заботится о социальной сфере. На балансе завода находится детский сад, работникам предприятия дотируется основная составляющая платы за содержание детей. Для работников завода функционирует столовая, организовано бесплатное медицинское обслуживание на заводском медицинском пункте.

Коллектив предприятия осознает свою ответственность перед историей за судьбу уникального народного художественного промысла и прикладывает все усилия к его процветанию и в 2008 году. В соответствии с требованиями изменчивого рынка администрация ведет систематический анализ покупательского спроса и на основе его прогнозирует ассортиментную политику производства. Разработан перспективный план развития производства. Он предусматривает совершенствование технологии изготовления оснастки изделий, освоение новых технологий производства элементов для посудной группы и ювелирных украшений.

От имени творческого коллектива ЗАО «Великоустюгский завод «Северная чернь» поздравляю всех читателей «Русского Ювелира» с Новым годом и Рождеством Христовым! Желаю крепкого здоровья, оптимизма, неиссякаемой энергии, счастья и исполнения всех желаний!

162390, Россия, Вологодская область,
г. Великий Устюг, ул. А. Угловского, д. 1.
Тел. (81738) 227- 07
e-mail: chern@vologda.ru
www.sevchern.ru

Серебро. Воспоминания о будущем

Серебро неразрывно связано с судьбой нашей цивилизации. Мудрецы древности верили в магические свойства этого металла и считали, что через него передаются силы астрального мира. Вероятно, поэтому изделия из серебра — проводника высшей божественной власти и защитника от темных сил — широко применяются человеком в различных сферах жизни, начиная от церковных обрядов и заканчивая улучшением качеств питьевой воды...

Генеральный директор ООО «ГринГор», кандидат экономических наук Александр Сергеевич Горыня

Серебро обладает уникальными свойствами, позволяющими чутко реагировать на любые изменения общего состояния человека и окружающей среды. Редкий металл на земле может похвастать таким удивительным сочетанием — способностью украшать и защищать. Серебро обладает самой высокой электропроводностью, высокой пластичностью, ковкостью... В природе преобладают сульфидные соединения серебра совместно с другими металлами: сурьмой, мышьяком, висмутом, медью, оловом, золотом.

В земной коре серебра содержится приблизительно в 20 раз больше, чем золота. Если в древности соотношение цены серебра к золоту было 10 к 1, то теперь, в наше время, — 58 к 1, а бывало и 72 к 1. Постоянно увеличивается тенденция его использования в технологических процессах различных областей науки и промышленности, естественно, растет и мировая цена на металл — медленно, но стабильно.

Серебряные месторождения на территории России были открыты сравнительно поздно, в 1704 г. в Забайкалье (Нерчинский рудник). Основная часть серебра, добываемого в нашей стране, извлекается из полиметаллических руд. Крупнейшее отечественное месторождение, открытое в 1956 г., — в пос. Дукат Магаданской обл. Там были найдены самородки весом до 4 кг, но это ничто в сравнении с находкой 1477 г. в Германии: там был обнаружен самородок весом 20 000 кг.

Серебро в самородном виде встречается редко. В основном его добывают из свинцово-цинковых и медных руд путем их обогащения и специальной обработки. Серебро — красивый блестящий белый, мягкий, тягучий металл, стойкий к окислению, обладающий исключительной отражательной способностью. Оно значительно легче золота: плотность 10,5 г/см³, температура плавления — 960,5°С, твердость по шкале Мооса — 2,7.

Из одного грамма серебра можно вытянуть нить длиной 1800 м, серебро хорошо плавится. В общем, идеальный материал для ювелиров. Правда, отношение к нему, в связи с открытием больших месторождений в России, Мексике, Перу, Чили, Австралии, США, Канаде и Казахстане, стало, так скажем, не совсем соответствующее достоинствам данного металла. Но я уверен, что ситуация со временем изменится.

На сегодняшний день в России происходит рост потребления ювелирных украшений из серебра, и это замечательно. Динамика официальных данных по апробированию серебряных изделий начиная с 2000 г. показывает нарастающий год от года процент. И все было бы отлично, вот только за последние три года прирост стал обеспечиваться импортом (см. табл.). Вывод очень простой: в нашей стране для ювелирного производства, как, впрочем, и для всего промыш-

Российская государственная пробирная палата
Данные о количестве и массе изделий, опробованных и заклейменных с 2000 по 2007 г.

Год	ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЗОЛОТА				ИЗДЕЛИЯ ИЗ СЕРЕБРА				ИЗДЕЛ. ИЗ ПЛАТИНЫ		ИЗДЕЛ. ИЗ ПАЛЛАДИЯ	
	Всего:		в т. ч. импорт		Всего:		в т. ч. импорт		Всего		Всего	
	число, млн шт.	масса, тонн	число, млн шт.	масса, тонн	число, млн шт.	масса, тонн	число, млн шт.	масса, тонн	число, тыс. шт.	масса, кг	число, тыс. шт.	масса, кг
2000	9,74	24,60	0,26	0,70	7,56	35,44	0,73	3,40	22,94	104,20	0,10	0,30
2001	13,15	33,66	0,08	0,20	9,30	47,89	0,85	4,38	16,48	84,03	0,33	1,13
2002	17,63	42,70	0,11	0,59	12,19	60,37	1,66	10,09	19,56	109,30	0,90	6,11
2003	22,09	55,72	0,19	0,95	16,51	87,60	2,86	17,80	29,40	160,74	4,37	22,97
2004	26,94	68,48	0,40	1,66	21,43	121,83	4,32	28,03	17,80	96,42	8,88	38,82
2005	32,31	88,18	0,83	3,99	23,17	150,48	5,42	37,20	22,95	135,49	5,99	26,85
2006	37,32	96,82	1,57	6,20	24,98	155,30	6,09	43,91	24,04	157,41	6,74	30,30
2007	48,92	125,90	2,84	10,80	32,60	236,90	8,12	67,20	23,16	153,60	6,42	30,20

Примечание: Данные по массе за 2007 год получены экстраполяцией.

ленного производства, созданы условия, когда выпуск отечественной продукции экономически нецелесообразен, хотя потребность рынка в ней высока. Практически России отведена роль потребителя иностранной ювелирной продукции, особенно из серебра и, как следствие, — экспортера природных ресурсов без глубокой переработки. Но это картина общая для всей нашей промышленности.

1. Предметы из Харьковского наместнического сервиза. 1781 – 1783 гг. Аугсбург. Мастера К Дрентветт, А. Дрентветт, Ф.Ф. Бруглохер, З.Г. Блац, И.К. Нойсс
2. Предметы из Московского наместнического сервиза. 1782 – 1783 гг. Париж. Мастер Р.Ж. Огюст

Теперь посмотрим на развитие отечественного производства изделий из серебра и на то, какие усилия прикладывали и прикладывают российские ювелиры и Правительство для улучшения ситуации. Безусловно, Октябрьская революция приостановила развитие серебряного производства и откинула этот процесс как минимум на 100 лет назад. Поэтому сегодня перед ювелирами стоят сложные задачи: в кратчайшие сроки сократить отставание от уровня производства в развитых странах мира, т. е., как теперь модно говорить, принять вызов времени, а для этого необходимо знать, на чем прервалась преемственность в 1917 г. Следует отметить, что мы во многом приукрашивали достижения дореволюционных ювелиров и «серебряных дел кузнецов»: в выделке серебра мы отставали от своих европейских коллег. Исключение составляли лишь несколько фирм, которые были уже межнациональными: Фаберже, Хлебников, Грачевы, Сазиков. Однако в царской России для ювелиров были созданы все условия для сокращения этого отставания, но история распорядилась по-другому. Теперь эта задача ложится на нас. Причина такого отставания довольно проста: серебро в Европе стали добывать и промышленно обрабатывать лет на 300 раньше, чем в России. После XVIII в. «сереброкузнецы» и ювелиры Российской Империи сократили это отставание лет до 30—40, но так и не достигли вершин европейского мастерства.

Достаточно сказать, что почти все наместнические сервизы были заказаны Екатериной II у мастеров Аугсбурга и Парижа. Знаменитый Орловский сервиз вышел из мастерской Ж. Ретье (Париж). Непревзойденная работа, которая была выполнена в России и из русского серебра, — это рака Александра Невского (мастер Захарий Дейхман и другие мастера, но все они входили в иностранный цех, т.е. были гастарбайтерами). Передавать секреты и приемы обработки металла иностранные ювелиры не спешили, хотя по условиям контрактов обязаны были это делать. Поэтому русским мастерам приходилось во многом доходить до всех тонкостей своим умом и руками, но это требовало много времени.

После того как в 1993 г. ценообразование в ювелирной отрасли вышло из-под контроля государства, начался бурный рост отечественного «сереброкузнечества» и расширение товарных групп ювелирных изделий из серебра. На мой взгляд, из нового по сравнению с советским периодом можно особо выделить следующие группы, «первопроходцами» в освоении которых были компании:

1. серебряные изделия культово-обрядовые: ОАО «Русские Самоцветы» (Санкт-Петербург), ТПК «Алмаз-Холдинг» (Москва), «Мастерские Юрия Фёдорова» (Санкт-Петербург), «Мастерская Н. Балмасова» (Ярославль), «А. Ананов — Русское ювелирное искусство» (Санкт-Петербург), ООО «Альфа» (Санкт-Петербург);
2. столовое гладкое серебро и украшения для сервировки стола: ОАО «Русские Самоцветы» (Санкт-Петербург), ФГУП «Завод

ОЦМ» (Екатеринбург), ТПК «Алмаз-Холдинг» (Москва), ООО «Кавида» (Москва) и, конечно же, «Северная чернь» (г. Великий Устюг);

3. предметы интерьера и часы: ОАО «Русские Самоцветы» (Санкт-Петербург), ФГУП «Русские Ремесла» (Ярославль);

4. ювелирные украшения из серебра с драгоценными камнями: ООО «ГринГор» (Санкт-Петербург), ОАО «Русские Самоцветы» (Санкт-Петербург);

5. игрушки и сувениры из серебра: ООО «Аргента» (Москва).

Многие могут мне возразить, что этот список гораздо длиннее. На сегодняшний день — да, но именно эти предприятия стояли у истоков и, если раскрывать шире, то у каждого из них будет своя длинная история, потому что именно эти компании возродили и придумали эти направления.

Хотелось бы сказать о том, что системно мешает нам, российским ювелирам, развиваться: принципиально ошибочное отношение государства к промышленному производству. Создается ощущение, что государство не желает знать прописные истины экономического развития, справедливые для любой страны, если она не «банановая» республика. Для развития необходима недвижимость, находящая в собственности производителя, где можно нормально строить производство с модернизацией и с привлечением инвестиций. Пустующие или сданные в аренду помещения заводов советского периода (народные!) не используются и разрушаются, но их площади не предлагают производителям по реальным ценам. Это тормозит развитие не только серебряного дела, но и промышленности страны в целом. В связи с этим появившаяся возможность приобретения тяжелого и громоздкого оборудования для производства серебряной посуды и предметов интерьера: канделябров, люстр и т. д. — не может быть реализована. А именно в этих ассортиментных направлениях ювелирного производства мы можем выиграть у азиатских стран; соревнование в производстве ювелирных украшений ручной работы для российских ювелиров убийственно, что и показывает опережение по динамике роста импорта над производством внутри страны.

Работать в направлении создания сложных изделий из серебра, требующих тяжелого оборудования, на сегодняшний день имеют возможность всего несколько предприятий в России, в основном ювелирные заводы бывшего Советского Союза, которые не распались: ОАО «Русские Самоцветы», ТПК «Алмаз-Холдинг», «Северная чернь» и ОАО «Металлургический завод «Электросталь», выпускавший до недавнего времени столовые приборы из нержавеющей стали, переходящий на серебро.

ООО «Грингор»

ОАО «Русские Самоцветы»

Только им под силу это сделать и по форме собственности недвижимости, и по исторически сложившемуся кадровому составу. Но эти преимущества будут уменьшаться с каждым годом, если не заняться производством серебряных изделий прямо сейчас.

В завершение можно сказать, что ювелиры России за последние 15 лет сделали большой шаг в развитии производства серебряных изделий, но нам предстоит еще преодолеть исторический разрыв в совершенствовании приемов обработки серебра. И это вполне реально, так как сейчас нам доступны любые мировые технологии. Информационное поле ювелирной отрасли является абсолютно открытым и общим: проводятся профессиональные специализированные выставки и технологические симпозиумы, издается специальная литература, используются интернет-ресурсы... В этом наше преимущество перед «сереброкузнецами» царской России. Пример новейшего времени — освоение выпуска гладкого объемного серебра «Русскими Самоцветами». Тендер на заказ Кремля в 1997 г. был выигран предприятием в соревновании с серебряных дел мастерами Швейцарии, Англии, Германии. Но такую практику нужно повторять как можно чаще, не стоять на месте, ожидая, когда же Россия займет лидирующие позиции в мире по производству столь любимых ею серебряных изделий.

Трудолюбия и бережливости.

В материале использованы иллюстрации из книги М.Н. Лопато «Ювелиры Старого Петербурга» (стр. 39)

111116, Россия, Москва, а/я 4
Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-9292 (многоканальный)
факс: (495) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru

156000, Россия, г. Кострома
ул. Советская, 134/10
тел.: (4942) 32-12-81
факс: (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл.
пгт. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс: (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru

Александр Левенталь.
«Ворона на ветру».

Ювелирный Олимп

В декабре в Центральном выставочном зале Санкт-Петербурга состоялась Международная выставка «Петербургский ювелир», организованная объединением «Мир камня» в двенадцатый раз. Главным событием выставки по традиции стал конкурс авторского ювелирного и камнерезного искусства «Ювелирный Олимп», однако программа мероприятий этим не исчерпывалась. В рамках выставки состоялось подведение итогов фестиваля ювелирных украшений и аксессуаров «Гвоздь сезона», открытие экспозиции браслетов — «ID-браслет. Идентификация личности», показы моделей молодых дизайнеров, геологические шоу и другие интересные события.

Сегодня уже нет необходимости доказывать важность выставки «Петербургский ювелир» в художественной жизни города. Посещаемость Манежа в эти дни говорит об интересе к ней огромного числа зрителей и покупателей. Не менее важна выставка и конкурс «Ювелирный Олимп» и для самих участников, прежде всего художников камня, для которых это время становится, по определению Антона Ананьева, известного петербургского мастера, «кульминацией камнерезной активности». В выставке постоянно участвуют не только большинство петербургских камнерезов — мэтры и начинающие художники, но и их коллеги с Урала и Сибири. Как правило, на суд жюри и зрителей предлагаются последние, знаковые, экспериментальные работы, что, в свою очередь, дает определенный срез реального состояния и творческого потенциала авторского камнерезного искусства России. Поэтому обзор конкурсных работ мы начнем именно с этого раздела.

Профессионально грамотных, интересных камнерезных работ на выставке было немало, тем не менее (или, может быть, именно поэтому) номинация эта вызвала наибольшие споры у членов жюри. Сложнее всего оказалось выбрать работу на Гран-при — единодушного мнения на этот счет у жюри не сложилось. В результате главный приз конкурса — крылатый лев Olimpus был присужден Сергею Фалькину «За творческое развитие традиций камнерезного искусства», которые он блестяще продемонстрировал в работах, представленных на персональной выставке, в том числе — в коллекции ювелирных украшений с резным камнем, новом для этого мастера жанре. Экспозицию его камнерезных вещей дополнили работы в бронзе и графике, отражая универсальность, широкий

спектр творческих, философских, жизненных размышлений этого талантливого художника.

В номинации «Классика и традиции» заслуженно победила виртуозная работа С. Шиманского «Зебры» — вещь классическая и инновационная одновременно, где аллюзии на искусство поп-арта трансформировались и воплотились в трехмерном камнерезном объеме. Работа эта чрезвычайно хороша и самодостаточна по художественно-пластическому решению, и, может быть, поэтому металл подставки для вращения композиции и создания визуальных эффектов кажется здесь излишним. Однако, несмотря на этот спорный момент, работа «Зебры» несомненно явление в нашем камнерезном искусстве.

Еще одна действительно новаторская по замыслу и исполнению работа конкурса — «Ворона на ветру» А. Левенталя, получившая первое место в номинации «Новое направление в камнерезном искусстве». Вырезанная из единого блока кварца, она в первый момент кажется недоработанной — этот эффект рождается за счет определенной «недосказанности» пластических форм, специальной обработки поверхности камня с выразительной грубоватой фактурой. В целом же, эта композиция выполнена скорее по законам классической скульптуры, воплощенной в твердом ювелирном камне, и в этом ее несомненная новизна.

Достойную конкуренцию питерским камнерезам составили мастера из Сибири и Урала, активно участвующие в конкурсе в последние годы. Так, художники из Иркутска получили соответственно второе и третье места в номинации «Классика и традиции»: А. Байдраков за миниатюру «Le Scorpion» и Н. Бакут за композицию «Сновидение». Практически единодушно жюри было и в распределении мест в разделе «мягкий камень», где призовыми местами были уже не в первый раз отмечены выразительные анималистические композиции мастеров из Перми — И. Кривошеева и А. Овчинникова.

В номинация «Интерьер» на этот раз главные призы также достались работам из камня. Это композиция «Упругость» Ю. Губенко, художественное решение которой строится на контрасте изящного торса из белого мрамора, размещенного на черном фоне, визитница «Ахиллес» А. Ананьева, вырезанная из твердого обсидиана с отделкой из драгоценных металлов, коллекция миниатюрных плакеток в технике флорентийской мозаики «1+1» Б. Эварда.

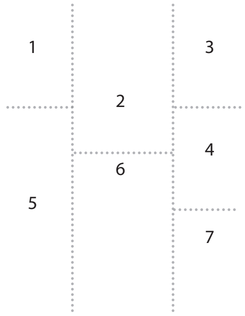
Каждый год на конкурсе вручается почетный приз имени Николая Нужина «Философское осмысление образа». На этот раз им был награжден А. Ананьев за миниатюру «Близнецы» — работу, ассоциативно насыщенную, тонко проработанную формально и в цветовых отношениях и более всего соответствующую, по мнению жюри, смысловому содержанию этой номинации.

Конкурсные работы в разделе «Ювелирное искусство. Украшения» были представлены неравнозначно. Достаточно скромно присутствовали в экспозиции классические украшения, что, очевидно, объясняется большим количеством разнообразных профессиональных конкурсов, более предпочтительных для ювелиров. В номинации «Классика» первое место было присуждено Е. Константиновой из Ростова-на-Дону за ожерелье «Гипербола» — лаконичное и чистое по форме, выполненное в технике скани. Третье место получил А. Доценко — за классический и элегантный перстень с турмалином и бриллиантами.

Значительно больший выбор интересных работ предлагался в номинации «Современные ювелирные украшения», причем в основном молодыми художниками. Первое место было отдано коллекции украшений А. Фаныгиной из Риги «Свирепые медведи живут в мире между собой». Автор остроумно и эффектно соединяет в работах изобразительный ряд в виде фотографий, «оправленных» в сдержанные и выразительные по рисунку оправы из серебра. Второе место разделили также молодые ювелиры: А. Дерябина за серьги и кольцо из серебра с фианитами «Легенда», где пластически выразительно развивается бионическая тема, и М. Мамкаева — с архитектонической серией колец из пластика «Веретено деления». Третье место было поделено между А. Бабяном — серия колец с керамикой и металлом «Клинопись» — и финскими художниками Lea Swantz и Carina Blomqvist за подвесы из стекла с металлизацией «Joonatan». Приз «За самое парадоксальное украшение» был вручен, как всегда неожиданной, Е. Градинаровой из Калининграда — за внушительных размеров подвес-трансформер из янтаря «Подсолнух».

На странице 43:
Шиманский Сергей.
Школа камнерезного искусства.
Камнерезная пластика «Зебры».
Мастер по камню: И. Незамаевский,
мастер по металлу: С. Куршев.
Черная яшма, кахолонг, сапфиры,
серебро, бриллианты

На странице 44:



1. **Константинова Елена.**
Ожерелье «Гипербола».
Серебро

2. **Кривощеков Степан.**
Мастерская Наталии Кимбер.
Скульптура «Горнолыжное соло. Сова».
Белый ангидрит

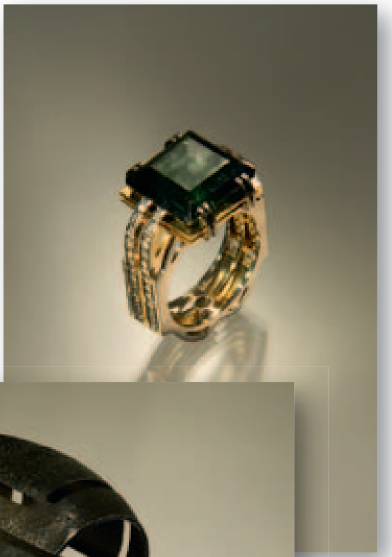
3. **Гладышев Михаил.**
Из гарнитура «Золотая нить».
Дамасская сталь, ковка, всечка

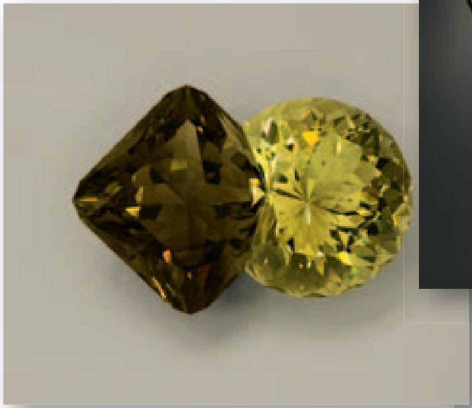
4. **Спассков Кирилл.**
Браслет «Завоюй меня!».
Сталь, ковка, синение

5. **Фалькин Сергей.**
Камнерезная пластика
«Гоша Великолепный».
Обсидиан, гематит, хромдиопсид,
бразильский агат, серебро

6. **Ананьев Антон.**
Мастерская «Каменный Гость».
Камнерезная пластика «Близнецы».
Мастер по камню: Г. Волгин,
мастер по металлу: С. Шилов.
Нефрит, лидит, кахолонг, металл

7. **Градинарова Елена.**
Подвеска «Подсолнух».
Янтарь, кожа





В новой для конкурса номинации «ID-браслет. Идентификация личности» практически все дипломы получили выпускники и студенты Художественно-промышленной академии им. А. Л. Штиглица: М. Гладышев, К. Спасский, Ю. Саркисян, — успешно работающие со сталью, в том числе дамасской. Работы штигличан (еще недавно — мухинцев) в последнее время активно завоевывают выставочное пространство и внимание зрителей и критики, привлекая внимание не только выразительностью брутальных форм, но и прекрасным владением разными техниками работы с металлами, умением соединять их в эффектные декоративные композиции.

Неплохо был представлен в экспозиции и раздел «Ювелирный камень», поражавший как фантастическими размерами и необычным окрасом камней, так и уникальным мастерством огранки. Однако первым среди равных был все же признан известный екатеринбургский огранщик В. Силин за «Страсть» (по Шекспиру) — роскошный граненый дымтрин весом 1384 карата. Название камню дал уникальный природный феномен, соединивший в одно целое дымчатый кварц и цитрин. К сожалению, на этот раз более чем скромно на выставке были представлены «Ювелирная пластика» и «Эмальерное искусство», где места вообще не были присуждены.

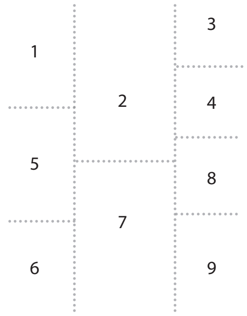
На выставке также были подведены итоги фестиваля ювелирных украшений и аксессуаров «Гвоздь сезона», который проводился в рамках выставки «Мир камня» в течение всего года. Его главная цель — поддержка творческой инициативы постоянных участников выставки, демонстрация модных ювелирных тенденций сезона. Отмеченные членами жюри работы Ю. Дробахи, С. Бакаева, Р. Имадиева, А. Цукановой, А. Королева и других авторов получили символические награды — бронзовые гвоздики. Главный же приз — бронзовая композиция «Гвоздь сезона», выполненная Сергеем Фалькиным, был вручен А. Терещенковой за оригинальные авторские украшения с полудрагоценными и поделочными камнями, металлом, эмалью.

На выставке прошло и много других интересных акций: представлена экспозиция «Браслеты народов мира» из коллекции А. Вдовина и И. Попович, включавшая уникальные этнические браслеты и разнообразные по стилистике и материалам браслеты современных ювелиров. Впервые представила свою коллекцию ювелирных украшений Галерея «О», состоялся показ моделей молодых дизайнеров одежды, прошли встречи с галеристами, искусствоведами, художниками.

Что нового планируют организаторы выставки к следующему конкурсу «Ювелирный Олимп»? Скорее всего, работа жюри будет строиться несколько по иному принципу: профессионалы в каждом направлении ювелирного и камнерезного творчества будут рассматривать прежде всего именно работы этого направления. Поскольку больше всего споров всегда вызывает оценка камнерезной пластики, есть идея ввести в состав жюри приглашенного художника-камнереза, возможно, из-за рубежа, что, надеемся, позволит более четко и объективно сформулировать профессиональные критерии в этой номинации. Количество же самих номинаций будет сокращено, что должно, по мысли организаторов и самих участников конкурса, повысить престиж наград. Думается, эти новации помогут более четко сформулировать критерии оценок и приоритеты конкурса, сделать его еще более привлекательным для художников ювелирного и камнерезного искусства.

Галина Габриэль, искусствовед

На странице 46:



1. **Байдракова Александра.** Творческая студия Наталии Бакут. Ювелирная фирма Kirshenbaum. Камнерезная пластика «Le scorpion». Нефрит, золото
2. **Дерябина Анна.** Гарнитур «Легенда» (серьги, кольцо). Серебро, фианиты
3. **Доценко Александр.** Перстень с турмалином «Белиссимо». Золото (желтое, белое), турмалины, бриллианты
4. **Саркисян Юрий.** Браслет. Дамасская сталь, никель, ковка, синение
5. **Силин Владимир.** Огранка «Страсть» (по Шекспиру). Дымтрин (дымчатый кварц+цитрин)
6. **Фалькин Сергей.** Брошь «Птица». Бразильский агат, бриллианты, черные бриллианты, серебро, золото
7. **Фаныгина Анна.** Колье «Свирепые медведи живут в мире между собой». Серебро, горный хрусталь, фотография
8. **Губенко Юрий.** Композиция «Упругость». Мрамор. Размеры: 200×300
9. **Бакут Наталья.** Камнерезная пластика «Сновидение». Дымчатый кварц, цитрин

Витринистика. Проектирование визуального мерчандайзинга

6 карат
международный бизнес•центр

Лаура Нотаристефано получила профессиональное образование архитектора во Флорентийском университете. В Италии она работала в области дизайна интерьера, мебели, осветительных приборов, а также ювелирных украшений. Начав работать в области дизайна выставочных стендов и мебели для коммерческого использования, она создавала дизайн интерьера для магазинов (студия Джакомо Анджелуччи), а с 1998 года начала работать в индустрии упаковки класса люкс и специального оборудования.

Итальянский дизайнер и архитектор Лаура Нотаристефано

14–15 апреля в Москве состоится семинар Лауры Нотаристефано, посвященный ювелирной витринистике. Школа Ювелирного дизайна и Международный бизнес-центр «6 карат» приглашают дизайнеров, руководителей ювелирных компаний и магазинов, специлистов по застройке выставочных площадей, а также всех, кто работает в области визуального мерчандайзинга, принять участие в этом семинаре.

В настоящее время Лаура Нотаристефано живет и работает в Гонконге, сотрудничая с компанией, специализирующейся на создании упаковки и специального оборудования.

— Лаура, расскажите немного о себе, о своем профессиональном пути.

— Я училась на архитектурном факультете Флорентийского университета. Флоренция — мекка для ценителей итальянского искусства, где сама атмосфера города пропитана красотой и историей. Почему я выбрала именно архитектуру? Дело в том, что эта область знаний дает наиболее полное представление не только об эстетике и дизайне, но и знания инженерии, необходимые любому проектировщику как основа для профессионального роста. После окончания университета я начала работать в Милане: проектировала интерьер ювелирных и часовых магазинов, занималась разработкой специальной мебели для внутренних и наружных витрин. Несколько лет я проработала в США и Англии, совершенствуясь в профессии и набираясь мирового опыта, и затем, вернувшись в Италию, продолжила разрабатывать уже не только дизайн магазинов, но и занялась созданием фирменного стиля в упаковке, выставачном оборудовании и дисплеях для крупных ювелирных и часовых брендов. Сейчас я работаю в Гонконге — непосредственно там, где все эти вещи производятся, ведущим дизайнером в компании, специализирующейся на упаковке, дисплеях и витринном оборудовании.

— Ювелирные изделия принято счиать товарами группы люкс. Какие тенденции мирового ювелирного рынка Вы могли бы выделить сегодня как самые актуальные?

— Ювелирный сектор по своей сути очень восприимчив. Он быстро отражает уровень благосостояния общества. Так, например, в периоды стабильного экономического роста люди покупают ювелирные изделия прежде всего для удовольствия и не вкладывают в такую покупку значения финансовой инвестиции. И тут главное дать потребителю интересный дизайн и достойную маркетинговую идею — заинтриговать, «обольстить», подарить удовольствие от обладания такой вещью. На мой взгляд, это сейчас наиболее актуальная тенденция для России. В целом же, на мировом рынке заметно четкое разделение на две большие группы — ювелирные изделия очень высокой ценовой категории и дешевые легковесные изделия без или с минимальным количеством драгоценных камней широкого распространения. Сложнее всего продуктам средней ценовой категории, как правило, малоизвестных производителей. Коммуникация через грамотную упаковку и визуальный мерчандайзинг в местах продаж помогут привлечь внимание покупателей.

— Витринистика в ювелирном секторе — в чем ее отличия и нюансы?

— Витринистика — это прикладное знание, техника, связанная с визуальной презентацией товара в магазине. Она изучает прежде всего маркетинговое обоснование

организации витрины как инструмента продвижения товара. На основании потока покупателей, типа и места расположения магазина, позиционирования брендов, представленных в нем, бюджета и многих других факторов составляется концепция — message (от англ. «послание, идея, слово, сообщение»). Это то, что именно магазин хочет сказать покупателю. Именно это сообщение дизайнер старается выразить художественными методами. Несложно догадаться, что, например, витрина ювелирного бутика существенно отличается от витрины небольшого ювелирного отдела крупного торгового центра. Свою специфику имеют также витрины сетевых ювелирных магазинов. Эти отличия и способна донести до потребителя грамотно составленная витрина.

— В чем же заключается суть «грамотно» составленной витрины?

— Как я уже сказала, это зависит прежде всего от типа и стиля Вашего магазина. Но в целом, есть несколько общих рекомендаций по организации витрин, которые могут помочь любому продавцу.

Многие магазины, за исключением монобрендовых салонов, представляют покупателю коллекции разных производителей и брендов. Каждый бренд стремится максимально выделиться и привлечь внимание покупателя к своим изделиям за счет разных цветовых и композиционных решений, заранее предлагая магазину свои корпоративные цвета подставок или схемы выкладки товара на прилавке. Такая «навязанная» подача оформления витрин может иногда идти в разрез с общим стилем Вашего магазина, а витрина получится излишне пестрой. Взгляду покупателя будет сложно сконцентрироваться на определенном товаре из-за визуального хаоса, многочисленных знаков и бесчисленной информации.

В этом случае изделия можно самостоятельно сгруппировать по следующим признакам: отделите «изюминки» коллекций (дорогие и эксклюзивные изделия) от основной массы. Их лучше всего поставить во внешнюю витрину, чтобы привлечь взгляд проходящих мимо магазина и побудить их заглянуть к Вам.

Для эксклюзивных украшений потребуются подставки из дорогих материалов нейтральных или деликатных тонов, не отвлекающие взгляд от самого изделия. В представлении большинства людей роскошь ассоциируется с шелком, бархатом, дорогими породами дерева, кожей. Вы можете использовать эти материалы или их подобие, но обязательно хорошего качества, для фона под Ваши украшения. Как правило, большинство ювелирных и часовых брендов на Западе используют именно эти материалы для дисплеев и подставок. Это актуально в первую очередь для товаров класса люкс и направления классика. В логотипе гораздо чаще используют позолоту, а вот серебристые или стальные элементы декора больше характерны для спортивного стиля.

Если Вы продаете украшения известного бренда или мастера, логотип должен быть легко читаем и располагаться в непосредственной близости к изделию, чтобы сразу показать покупателю, «от кого» эта вещь. Но логотип не должен быть слишком крупным или чрезмерно ярким — такая подача выглядит слишком вульгарно или дешево. На ум приходят крупные яркие вывески с сообщением о распродажах — именно здесь уместно «кричащее» выделение текста, но никак не при продажах эксклюзивного товара.

— А как же быть с освещением? Оно тоже имеет значение?

— Освещение вообще играет особую роль. Покупатель ожидает увидеть в витрине украшение таким, как оно выглядит при обычном натуральном освещении — так оно кажется ему подлинным, не поддельным. То есть украшение должно выглядеть так, словно его взяли в руку посмотреть. Но при этом украшение в витрине должно также смотреться торжественно, нарядно и сиять всеми своими гранями. Здесь максимально важны цвета освещения и интенсивность светового потока. Например, желтое золото смотрится лучше при почти «холодной» подсветке, а розовое, наоборот, нуждается в свете «теплых» тонов. Неправильная подсветка может исказить цвет золота с желтого на почти зеленый. Если вы помните школьные уроки рисования, Вам, возможно, придут на ум «эксперименты» по смешиванию красок. Если желтую краску смешать с синей, получается зеленый цвет, красную с желтой — оранжевый и т. д. Этот простой пример наглядно показывает, что смешение цвета освещения и собственного цвета самого ювелирного изделия в сочетании может дать разный визуальный цветовой эффект.

Стекло, отделяющее украшение в витрине от прямого взгляда клиента, также является препятствием в натуральном восприятии. Оно часто имеет отражающий, зеркальный эффект. При правильном использовании освещения этих неприятностей тоже можно избежать.

— А как тогда быть с изделиями массового потребления? Часто клиент приходит в ювелирный магазин подобрать цепочку или кольцо, и его совершенно не интересует конкретный производитель, он хочет просто посмотреть ассортимент и выбрать «свое» украшение.

— Как правило, это уже изделия, которые не выносят на внешнюю витрину, они представлены на внутренних прилавках и сгруппированы по типам: например прилавок с кольцами или прилавок с браслетами на руку, прилавок с цепочками.

В оформлении таких витрин используют стандартные цвета подставок под конкретную группу изделий: белые или бежевые, черные, синие. Здесь, как и в наружной витрине, будет задействован следующий принцип: в любом случае в витрине объекты специально подсвечены. Если свет ложится на украшение, расположенное на черном или темном фоне (а черный цвет, как известно, дает возможность акцентировать тени), то возникает эффект, создающий визуальный объем. Такой вариант наиболее предпочтителен для бриллиантов — он создает ощущение важности, уникальности объекта. Это как актер в театре — декорации обычно темных тонов, а поток света направлен на актера, что выделяет его на сцене, делает «героем» и облегчает концентрацию внимания зрителей. Фон светлых тонов, напротив, поглощает тень. Он хорошо подойдет для массовой раскладки, где нет необходимости выделить конкретное изделие, например для раскладки рядов цепочек или браслетов. Если же Вы стремитесь выделить из массы какие-то определенные изделия в самой группе, то, возможно, необходимо выносить их на первый план за счет использования подставок различной высоты, формы или другого цвета. Разноцветные подставки для украшений с разными вставками подчеркивают также красоту натурального цвета камней, для разных типов рекомендованы свои подборки цвета. В любом случае, не забывайте основной принцип: черный выделяет, белый нейтрализует.

— Лаура, как часто стоит менять выкладку в витрине ювелирного магазина?

— Основная задача витрины — это оповещение клиентов о новинках, поступивших в продажу. Поэтому любая новая коллекция или даже единичные интересные изделия из числа новых поступлений — хороший повод для смены украшений в экспозиции. Если производитель не подкрепил свою новую коллекцию набором дисплеев с рекламными фотографиями или другим набором корпоративных атрибутов для наиболее полного отражения основной идеи коллекции, Вы сами можете подобрать такие элементы. Не забывайте только, что любая декорация — это только фон, основной герой витрины — само украшение. Витрины часто специально украшают к различным праздникам, например Новый год, Рождество, День св. Валентина, 8 Марта (для России и СНГ). Здесь также стоит придерживаться принципа умеренности, не отвлекать внимания покупателя от самого украшения.

— Как развивается сегодня область витринистики? Какие перспективы Вы видите в данной сфере?

— Все течения в художественной и культурной областях тесно связаны между собой. Эти сферы влияют и одновременно стимулируют друг друга. Для современной архитектуры, дизайна, изобразительного исскуства характерны дух эксперимента, выход за рамки жестких категорий. И хотя ювелирная витринистика достаточно консервативна из-за потребности постоянно подчеркивать статус, высокую материальную стоимость и многолетнюю ценность украшений, передающихся по наследству из поколения в поколение, в этой области также заметны инновации. Например, сейчас при проектировании дисплеев и упаковки для ювелирных изделий особое внимание уделяется поиску новых альтернативных материалов. На смену традиционным дереву, коже и бархату, изначально дорогостоящим материалам, приходят искусственные аналоги, «заменители», по всем параметрам максимально приближенные к натуральным материалам, но при этом более дешевые. Это актуально для изделий массового производства, в задачу производителя которых входит минимизация расходов на корпоративную упаковку, когда речь идет о тысячах продаваемых изделий. Появляется масса новых искусственных тканей, различные виды пластика и резины, позволяющие сделать интересные, необычные конструкции для подставок, привнести ощущение модернизма, спортивный или технический оттенок. Однако эти материалы больше характерны для дизайна дисплеев под часы либо под ювелирные украшения со вставками из альтернативных материалов, таких как каучук, например. Часто это элемент мужских или молодежных коллекций. В целом же, витринистика развивается в том же направлении, что и современная мода. Минимизация расходов, максимальный визуальный эффект и, как результат, увеличение продаж!

— Спасибо, Лаура, за Ваш содержательный рассказ. Ждем Вас в апреле на семинары Международного бизнес-центра «6 карат» в Москве.

— Спасибо, я тоже очень жду этой встречи с моими российскими слушателями. Интересно обменяться опытом с коллегами из разных стран, это всегда дает много новых идей для дальнейшей работы и просто обогащает наш культурный багаж. Надеюсь, мои знания будут полезны и помогут в работе по привлечению новых клиентов и удержанию интереса Ваших постоянных покупателей. Ведь витринистика сродни искусству — она призвана дарить радость и удовольствие любому человеку, созерцающему украшения в Вашей витрине. Давайте вместе создавать эти маленькие шедевры на радость Вашим покупателям!

Более подробную информацию о семинаре итальянского дизайнера и архитектора Лауры Нотаристефано Вы можете получить на сайте Международного бизнес-центра «6 карат». www.6carat.ru

Фотографии витрин ювелирных магазинов Гонконга любезно предоставлены официальным представителем Международного бизнес-центра «6 карат» в Гонконге и Милане Марией Крякуновой.

Семинар Лауры Нотаристефано, посвященный проектированию визуального мерчандайзинга и витринистике, пройдет 14–15 апреля 2008 года.

В программе семинара буду раскрыты такие темы, как:

- Понятие «визуальный мерчандайзинг» (Продажи с помощью визуального мерчандайзинга. Пассивное и активное представление изделий)
- Визуальный мерчандайзинг ювелирного магазина
- Как анализировать расположение и представление товарной группы в торговом зале
- Создание интерьера
- Проектирование и оформление витрин
- Использование визуального мерчандайзинга при оформлении стендов и витрин на выставках
- Использование специальной упаковки, дисплеев
- Освещение
- Специальные технические приемы (Важность освещения, выбор цвета и материалов. Соразмерность с бюджетом)
- Визуальная коммуникация (Сложная система визуального восприятия. Роль фотографии и печатной продукции)
- Создание визуального ряда (Визуальный ряд – эффективное средство подчеркивания ценности изделия. Построение «идеального набора» вокруг изделия, подчеркивающего его основные характеристики и создающего визуальный эффект)
- Отдельные изделия и коллекции (Моделирование оборудования в зависимости от одного или группы изделий. Значение коллекции)
- Значимость бренда и украшений класса люкс (Важность бренда в секторе класса lux. Фундаментальная роль класса lux в структуре современно рынка. Перенесение ощущения lux-продукта на экспозиционное оборудование)
- Взаимодействие с покупателем (Понимание поведения потребителя. Атмосфера и ощущения, которое оставляет экспозиция у покупателя. Экспозиция как личный эмоциональный и эстетический опыт покупателя)

Международный бизнес-центр «6 карат» и Школа Ювелирного дизайна приглашают Вас принять участие в семинаре!

6 карат
международный бизнес-центр

СЕМИНАРЫ И ТРЕНИНГИ УЧЕБНО-КАДРОВОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИР-ПРОФИ» февраль–март 2008 г.

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ, ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ
		ФЕВРАЛЬ
1	30.01–3.02.2008	**Деловая программа в рамках выставки «Питер-Ювелир» (г. Санкт-Петербург)**
2	11–12.02.2008	**Тренинг** «Работа на выставке: брендинг, имиджевое позиционирование»
3	15.02.2008	**Семинар** «Правовые основы деятельности ювелирного магазина»
4	16.02.2008	**Семинар** «Проверка пробирного надзора. Особенности документооборота»
5	21.02.2008	**Семинар** «Выкладка ювелирных изделий. Организация пространства в магазине»
6	22.02.2008	**Семинар** «Художественно-композиционный аспект в выкладке ювелирных изделий»
		МАРТ
7	04.03.2008	**Тренинг** «Практика оптовых продаж ювелирных украшений»
8	05–06.03.2008	**Тренинг** «Практика возврата дебиторской задолженности»
9	14.03.2008	**Консультация по теме** «Правовые основы деятельности ювелирного магазина»
10	15.03.2008	**Консультация по теме** «Проверка пробирного надзора. Особенности документооборота»
11	24.03.2008	**Семинар** «Практика розничных продаж ювелирных украшений»
		Курс для товароведов
12	25.03.2008	**Семинар** «Драгоценные камни и металлы»
13	26.03.2008	**Семинар** «Дефекты ювелирных украшений»
14	27–28.03.2008	**Семинар** «Категорийный менеджмент: управление ассортиментом»

(495) 232-22-60, 232-33-79, 744-34-64
e-mail: info@6carat.ru, 6carat@inbox.ru

Фантазии на тему цвета

В прошлом номере мы начали разговор о ювелирных корундах с малоизвестного в России, но заслужившего серьезный авторитет в Азии и США звездчатого сапфира. Впрочем, в чем мировые предпочтения определенно сходятся, так это, конечно, в повальном ныне увлечении цветными сапфирами. По итогам 2007 года они вошли в первую пятерку по популярности среди самоцветов наравне с изумрудом, аметистом, турмалином.

Цветные сапфиры

Разновидность: корунд, Al_2O_3.

Цвет: синий, красный, желтый, зеленый, коричневый, лиловый, розовый, черный, бесцветный.

Основные месторождения: Мадагаскар, Австралия, Мьянма (Бирма), Шри-Ланка, Таиланд.

В современной геммологии под термином «сапфир» обозначают драгоценную разновидность минерала корунда, которая может быть практически любого цвета, кроме красного. Образцы ювелирных корундов красных оттенков являются рубинами. Впрочем, о том, что сапфир и рубин представляют собой две разновидности корунда, стало известно лишь в начале XIX века. Тем не менее рубин сразу занял лидирующую позицию и до сих пор считается вторым по значимости после алмаза драгоценным камнем. А в начале XX века рубин стоил порой еще дороже. Однако сегодня ювелиры значительно реже прибегают к использованию красного корунда по двум причинам: природный рубин редко бывает крупным, и у него только один цвет — красный. Сапфир, напротив, может иметь множество всевозможных тонов и оттенков, именуясь в таком случае «фантазийным». А значит, открывает огромное поле для творчества нынешним дизайнерам.

Напомним, что в древности сапфирами называли самые разные камни синего цвета вплоть до лазурита, и лишь потом к этой категории стали относить синюю разновидность корунда. Прозрачным корундам других цветов присваивали специфические

RusGems
Калиброванные ювелирные вставки из драгоценных, полудрагоценных и синтетических камней
Жемчуг морской и пресноводный любых форм, цветов и размеров
Европейская машинная бриллиантовая огранка фианитов
Кабошоны из коралла, бирюзы и благородного опала
Перламутр различных форм, размеров и цветов
Сырье полудрагоценных поделочных и синтетических камней
МОСКВА
ООО «Рубин»
115419, Москва,
ул. Орджоникидзе, д. 11, стр. 1/2
тел. (495) 730 0046, факс (495) 232 0379
e-mail: sales@rusgems.ru
www.rusgems.ru
САНКТ – ПЕТЕРБУРГ
ООО «Балтийские Самоцветы»
197022, Санкт-Петербург,
П.С. Большой проспект, 100, оф. 623
тел./ факс: (812) 335 5569
e-mail: sales@rusgems.spb.ru
реклама

Одни из них похожи цветом на васильки в пшенице, другие на осеннее небо, иные на море в ясную погоду.

А. И. Куприн. «Суламифь»

А ведь выдающийся писатель, пожалуй, был прав: один только синий или голубой цвет камня может серьезно отличаться в оттенках и потому создавать совершенно разные настроения. В этом с ним могут посоревноваться разве что цветные сапфиры.

названия — фактически «торговые марки»: например, зеленый корунд называли «восточным перидотом» или «восточным изумрудом», желтый — «восточным топазом». Однако такие наименования нередко вводили покупателя в заблуждение. Сегодня цвет «фантазийного» сапфира принято указывать специально, например желтый или зеленый, фиолетовый или розовый сапфир и т. д. Если же говорится просто «сапфир», значит, речь идет только о синем или голубом камне.

Бесцветный сапфир называют также лейкосапфиром («восточный алмаз»), розово-оранжевый — падпараджей. Резкой границы между сапфирами розовато-фиолетовых тонов и рубином не существует. Светло-красные, розовые и фиолетовые корунды дилеры обычно относят к сапфирам — так они ценятся довольно высоко, а как рубины их считали бы низкосортными.

Собственно, синий цвет сапфира обусловлен присутствием в кристаллической решетке железа в двух- и трехвалентной форме и титана. Значительная примесь трехвалентного железа придает сапфиру желтую, а двухвалентного — зеленую окраску. Хромофором в фиолетовом сапфире служит ванадий. А вот примесь хрома окрашивает сапфир в розоватый цвет.

Среди фантазийных сапфиров, в свою очередь, выделяются полихромные сапфиры, имеющие зональную окраску (наиболее частое сочетание цветов — розовый и синий, желтый и синий). Часто такие ограненные камни похожи на полихромные турмалины — изменение окраски происходит по наибольшей длине багета.

Не так давно в ряде месторождений Африки и Шри-Ланки стали добывать фантазийные сапфиры, обладающие александритовым эффектом — сменой цвета при изменении освещения с дневного на электрическое. Обычно такие камни меняют свой цвет в следующих пределах:

Дневной свет → синий → желтовато-зеленый.

Электрический свет → пурпурный, фиолетовый → коричневато-красный.

Конечно, многообразие цветовых переходов не ограничено, однако полноцветного аналога александритов, особенно уральских, среди сапфиров не встречается.

Цены на сегодня

Практически за всю свою торговую историю больше всего ценились васильково-синие сапфиры. Цветные сапфиры всегда котировались значительно ниже. Однако на мировом рынке все большее значение в установлении стоимости камня приобретает его популярность, мода на его цвет. Сегодня производители поставили грандиозную цель — завоевать мир цветным камнем, взяв на вооружение фантазийные сапфиры. Они не столь дороги, как уникальные цветные бриллианты, и даже не так редки, как легендарные кашмирские, но зато по своему статусу ничуть не уступают «королевским бархатным синим».

Ценовая политика внезапным образом преобразилась. Достаточно сравнить примерные цены на камни на первичном рынке (от добывающих компаний — поставщикам) с аналогичным показателем предыдущих лет. Рассмотрим примерные цены в некоторых торговых центрах Азии. Красивый яркий розовый сапфир лет десять назад можно было купить по цене 30—35 долларов за карат, сегодня такой камень будет стоить от 200 долларов и выше. Если раньше желтый сапфир стоил примерно 10—12 долларов за карат, то теперь его цена не опускается ниже 25 долларов. Фактически сегодня мы наблюдаем постепенное приближение стоимости цветных сапфиров к его классическому образцу — сапфирам, обладающим глубоким синим оттенком.

Сегодня некоторые коллекционные образцы фантазийных сапфиров вполне могли бы стать главным украшением любой коллекции. К примеру, розово-оранжевый сапфир падпараджа, название которого переводится с санскрита как «цвет лотоса». Мудрецы Цейлона, где впервые был найден этот камень, описывали его цвет как нечто среднее между розовым цветком лотоса и оранжевым цветом заката. При этом ни чисто желтый, ни чисто оранжевый сапфиры еще не являются падпараджей. Цена такого камня начинается от 300 долларов за карат. Природный падпараджа весом более двух карат очень редок, выше пяти — считается коллекционным, а самый большой из известных в мире сегодня находится в Историческом музее Нью-Йорка и весит примерно 100,18 карата.

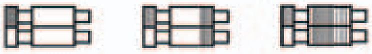
Вот почему цветные сапфиры — это почти всегда украшения класса luxury. Вещи такого уровня за последние пять-семь лет не раз представляли британский Graff, французский Van Cleef & Arpels и итальянский Bvlgari. У последнего имеется

DURSTON
Rolling Mills

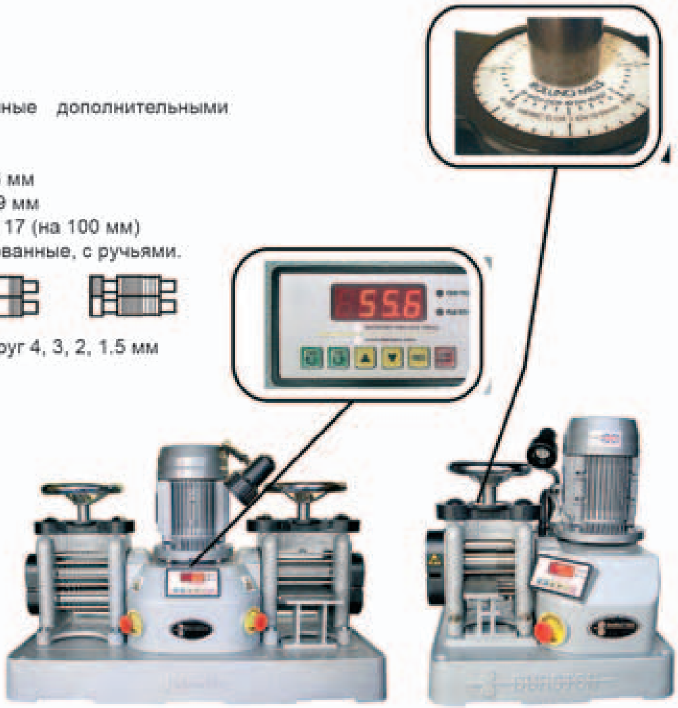
Плющим, катаем и тянем благородный металл с 1961 года

Durston – семейный бизнес, основанный в Англии в 1961 году. Вальцы Durston известны во всем ювелирном мире как продукция высочайшего качества. Все компоненты изготавливаются непосредственно на фабрике Durston в Великобритании, что обеспечивает строжайший контроль качества, надежность и длительный период эксплуатации оборудования.
Все вальцы оснащены самосмазывающимися подшипниками,которые обеспечивают мягкий и плавных ход и не требуют смазки и ухода в течение всего периода эксплуатации. Валы изготовлены из шведской стали высочайшего качества со специальной закалкой до твердости по Роквеллу С 63/64. Все вальцы могут оснащаться дополнительными сменными роликами для тиснения сложных рельефов (50 видов).

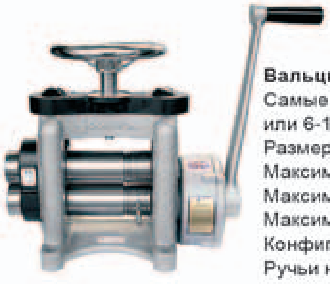
Вальцы ручные серии Mini
Самые экономичные вальцы, оснащенные дополнительными роликами. Прямой привод.
Размеры роликов: 80 x 45, 100 x 45 мм
Максимальная толщина листа на входе – 6 мм
Максимальный диаметр прутка на входе.- 9 мм
Максимальное число ручьев на валах – до 17 (на 100 мм)
Конфигурация валов – плоские, комбинированные, с ручьями.



Ручьи на дополнительных роликах – полукруг 4, 3, 2, 1.5 мм
Вес – 12, 15, 16 кг



Вальцы электрические серии DRM
Бесшумные вальцы с электроприводом, плавной регулировкой оборотов, реверсом и сенсорным управлением. Литой корпус и станина (чугун). Питание: 220В. Мощность привода - до 1100 Вт.
Размеры роликов: 100 x 45, 130 x 60, 150 x 60 мм.
Максимальная толщина листа на входе – 10 мм
Максимальный диаметр прутка на входе - 13 мм
Максимальное число ручьев на валах – до 19 (на 130 мм)
Конфигурация валов – плоские, комбинированные, с ручьями
Ручьи на дополнительных роликах – полукруг 4, 3, 2, 1.5 мм
Вес – не более 130 кг (односторонние) или 180 кг (двусторонние)



Вальцы ручные серии DRM
Самые популярные ручные вальцы с планетарным редуктором 4-1 или 6-1. Литой корпус из чугуна.
Размеры роликов: 100 x 50, 130 x 60, 150 x 60 мм
Максимальная толщина листа на входе – 7 мм
Максимальный диаметр прутка на входе – 15 мм
Максимальное число ручьев на валах – до 19 (на 150 мм)
Конфигурация валов – плоские, комбинированные, с ручьями
Ручьи на дополнительных роликах – полукруг 4, 3, 2, 1.5 мм
Вес - 30, 40, 42 кг

реклама

Вальцы серии D2
с вертикальным расположением двух пар валов

Бесшумные вальцы с электроприводом, плавной регулировкой оборотов, реверсом и сенсорным управлением. Литой корпус и станина (чугун). Питание: 220В. Мощность привода - до 1100 Вт.
Размеры роликов: 120 x 60, 140 x 60 мм.
Максимальная толщина листа на входе – 10 мм
Максимальный диаметр прутка на входе - 15 мм
Максимальное число ручьев на валах – до 19
Конфигурация валов – нижняя пара - плоские, верхняя пара- с ручьями
Ручьи на дополнительных роликах – полукруг 4, 3, 2, 1.5 мм
Вес – не более 162 кг

Эксклюзивный дистрибьютор W. Durston Limited в России, СНГ и странах Балтии – компания Лассо.
www.lasso.ru e-mail: sales@lasso.ru Москва +7 (495) 725-77-41

Санкт-Петербург +7 (812) 309-21-20 Киев +38 (044) 206-07-90 Кострома +7 (4942) 622-529
Новосибирск +7 (383) 357-28-28 Самара +7 (846) 246-99-92 Хабаровск +7 (4212) 64-11-72

Украшения с оранжевыми, желтыми, розовыми, сиреневыми и голубыми сапфирами появились на мировом рынке с середины 1990-х. Одними из первых с фантазийными сапфирами начали работать ювелиры Graff, Van Cleef & Arpels, Bvlgari, Chopard, Piaget и Pasquale Bruni.

тематическая коллекция с фантазийными сапфирами — Sapphire Flower. Украшения с цветными сапфирами этих ювелирных домов, как правило, большие колье, широкие браслеты или крупные серьги. Однако даже очень небольшое украшение с фантазийными сапфирами оценивается чрезвычайно высоко. У марки Piaget, к примеру, много таких изделий с голубыми и розовыми сапфирами, а у Pasquale Bruni — с желтыми, розовыми и сиреневыми камнями.

Важно для производителей

Твердость у сапфира столь же высока, как и у рубина, и в такой же мере зависит от направления кристаллической решетки. Анизотропию твердости важно учитывать при огранке. Какой-либо единой окраски люминесценции, характерной для всех сапфиров, не существует — ее цвет зависит от собственного цвета камня и от месторождения. Включения иголочек рутила обусловливают шелковистый блеск камня, а в больших количествах — эффект «кошачьего глаза» или шестилучевой звезды (звездчатый сапфир).

В настоящее время широко применяется облагораживание природных сапфиров. Для этого чаще всего используется термообработка, заключающаяся в нагревании камней в атмосфере специального газа до температуры, близкой к их точке плавления. В результате такой обработки молочные (мутные) и содержащие включения камни усиливают свой цвет. А так называемые геуды и вовсе из молочно-бесцветных становятся синими. Более 98% натуральных сапфиров, имеющихся сегодня в продаже, подверглись такой термической обработке. Одинакового цвета и чистоты сапфир, не подвергавшийся облагораживанию, стоит больше на 30—100% (в зависимости от его цвета, размера и чистоты). Для рубинов разница может достигать и 200%!

Синтез. Природных сапфиров для ювелирной отрасли всегда было недостаточно. В начале прошлого века мировая геммологическая индустрия начала выращивать синтетические камни, по свойствам очень близкие к природным. С 1947 года получают также синтетические звездчатые корунды ювелирного качества.

Месторождения сапфиров

Промышленно значимые месторождения синих сапфиров ныне находятся в Австралии, Мадагаскаре, Бирме, Шри-Ланке и Таиланде. Чаще всего кристаллы и их обломки добываются из россыпных месторождений. Добыча осуществляется в значительной степени стихийно, и в целом реальные объемы ее никому не известны.

Мадагаскар: сапфиры практически всех цветов и различных размеров

Мадагаскар занимает лидирующие позиции по добыче сапфиров на мировом рынке и по предварительным оценкам считается богатейшим в мире. Размерный диапазон добываемых камней был достаточно широк, известны ограненные сапфиры размером более 20 каратов. Разработка крупных месторождений здесь стартовала в начале 1990-х годов, в том числе месторождения «Andronadambo», богатого сапфирами, сходными по своим характеристикам с камнями кашмирского происхождения. В конце 1998 года был открыт новый район добычи «Ilakaka». На первых этапах разработки глубина залегания полезной породы составляла около 10 метров. В настоящее время извлечение сапфиров осуществляется уже с глубины более 30 метров. Это требует использования машин и механизмов, недоступных для большинства старателей.

Шри-Ланка: светло-синие и фиолетовые оттенки, падпараджа, лейкосапфиры, зеленые, розовые, коричневые, звездчатые сапфиры

На острове Шри-Ланка сапфиры добывают с древнейших времен. Месторождения там располагаются в юго-западной части острова, в районе Ратнапура. Вмещающими породами являются останцы доломитизированных известняков в гранитах или их прослои в гнейсах. Разрабатываются россыпи речной гальки (на местном наречии «иллама»), залегающие на глубине от 2 до 10 м. Сапфиры в них в основном светло-синие — «цейлонского» цвета, часто с фиолетовым оттенком. Кроме того, здесь встречаются разновидности дорогого розовато-оранжевого цвета падпараджи и наряду с ними — зеленые, желтые, розовые, коричневые и почти бесцветные камни, наконец, звездчатые сапфиры почти всех

К началу 1990-х синие сапфиры значительно упали в своей популярности как у самих ювелиров, так и у публики. Тогда же в моду вошли минимализм, гранж, повсеместное увлечение экологией и борьба с любыми проявлениями роскоши, будь то драгоценные камни или меха. Впрочем, опасаясь потери в продажах, ювелиры довольно быстро научились обманывать общественное мнение. Баснословно дорогие белые и цветные бриллианты были заменены скромными черными камнями, а узнаваемые в любом обществе «королевские синие» сапфиры разукрасились во все цвета радуги, про которые сразу и не скажешь, что это все разновидности одного из трех главных и самых дорогих драгоценных камней.

цветов и сапфировый «кошачий глаз». Сопутствующие минералы весьма многочисленны: апатит, гранат, кварц, кордиерит, топаз, турмалин, циркон, шпинель, эпидот. Но главный источник синих сапфиров с начала 1990-х годов — это бесцветная молочная геуда, после термического облагораживания становящаяся синим сапфиром.

Австралия: все оттенки синего, а также зеленый, желтый и др.

Австралийские месторождения в Квинсленде известны с 1870 года. Вмещающими породами там служат базальты, из выветренного верхнего слоя которых сапфиры добываются путем промывки. Однако считается, что качество их невысокое: австралийские сапфиры имеют обычно зеленоватый оттенок, очень темные и, как правило, имеют зональную окраску и сильный дихроизм, что снижает их стоимость.

В настоящее время спрос на австралийские сапфиры значительно упал, их добыча сократилась во много раз, так как большое количество сапфиров, причем гораздо лучшего качества, стали поставлять из Мадагаскара и Танзании, а также путем переработки геуд Шри-Ланки.

Таиланд: сиамские сапфиры

Большое количество среднего качества сапфиров добывалось ранее в Таиланде (Чантабури). Таиландские сапфиры имеют обычно зеленоватый оттенок и условно называются сиамскими. Этим камням свойственна также обычная зональность окраски. Есть мнения, что месторождения сапфиров в Таиланде существенно истощились, а многочисленные на рынке страны сапфиры — преимущественно камни из Камбоджи.

Индия: кашмирские сапфиры

Добыча самых ценных из всех синих сапфиров велась в штатах Кашмир и Джамму с конца XIX века. Месторождения здесь находятся на высоте 4 км над уровнем моря, в очень труднодоступном районе. Добыча ведется на площади в 1 кв. км, на глубине 10 метров, исключительно ручным способом. Причем лишь 4 месяца в году, когда нет снега. Потому реально кашмирских сапфиров на рынке почти нет. Термин «кашмирский» на практике стал относиться к сапфирам из любого месторождения, но имеющим соответствующий цвет. Более корректно про такие камни говорят, что они «кашмирского цвета».

Другие страны

Сапфиры разнообразной окраски добывают также во многих странах: Камбоджа, Вьетнам, Бирма, Кения, Танзания, Зимбабве, США. Особенно стоит отметить сапфиры Танзании, многие из которых обладают александритовым эффектом изменения окраски при смене освещения. В России сапфиры встречаются в Ильменских горах на Урале и в Хибинах на Кольском полуострове. Материал из этих месторождений соответственно серо-синий и темно-синий с зеленоватым оттенком. Как правило, эти камни неювелирного качества из-за отсутствия необходимой прозрачности.

Центры обработки сапфиров

Огранка сапфиров в основном осуществляется в Бангкоке (Таиланд) — здесь гранят около 80% всех добытых в мире сапфиров. Бангкок стал мировым центром по огранке цветных камней, особенно корундов, причем на долю сапфиров в денежном выражении приходится примерно 35% оборота гранильной отрасли (еще 20% — на долю рубина).

В Бангкоке трудятся свыше 30 тысяч огранщиков. При этом 90% всех работ выполняется вручную. Довольно высокое качество огранки, в основном удовлетворяющее потребителей из США, Японии и Западной Европы.

Другой, более скромный азиатский центр огранки сапфиров — Коломбо (Шри-Ланка).

Самые лучшие сапфиры все же гранят в Германии (Идар-Оберштейн), Израиле (Рамат-Ган) и Японии.

Виктория Михальченко

Место встречи не изменить!

С 16 по 20 июня 2008 года в Санкт-Петербурге состоится VII Международный Симпозиум ювелиров. Санкт-Петербург в это время предстает перед гостями города во всей красе — тепло, длинные светлые дни и, конечно, белые ночи. Красота города — довольно сильный аргумент для приезда, но, безусловно, не самый главный. И участники, и докладчики Симпозиума, однажды побывав на форуме, с нетерпением ждут летнюю встречу. Ждут, потому что подобные встречи несут огромное количество позитивного настроения, энергии, дают возможность узнать много нового, встретить интересных людей, зарядиться их оптимизмом и гениальными идеями.

На вопросы: «Что интересного будет на форуме? Какие доклады услышат участники форума?» — ответила председатель оргкомитета Симпозиума Лариса Акимова:

— На самом деле мы только приступили к формированию программы. Пока могу сказать, что будут доклады о металлургии сплавов драгоценных металлов, рабочих характеристиках ювелирных изделий из палладия, по литью по выплавляемым моделям из палладия; об эволюции качества в ювелирной промышленности; будут интересные доклады по дизайну и маркетингу и много других. В основном известны пока темы иностранных докладчиков. Мне бы хотелось обратиться к читателям «Русского Ювелира» с предложением принять участие в конкурсе докладов. Исследования российских ученых, технологов, дизайнеров не менее ценны для нас, а их опыт работы в наших условиях чрезвычайно интересен слушателям. Очень бы также хотелось, чтобы вышли из тени замечательные производственники, которые могли бы поделиться опытом использования определенных технологий и оборудования. Тематика докладов Симпозиума остается прежней: новейшие технологии и оборудование, дизайн и маркетинг. Подробную информацию об участии можно узнать на сайте Симпозиума.

— Какие новости еще ждут участников Симпозиума?

— Откликаясь на многочисленные просьбы, мы приступаем к работе над изданием книги, которая включит в себя материалы V и VI Симпозиумов. Выход книги намечен к предстоящему форуму. Предстоит большая, но очень важная работа. Ведь книга — это как продолжение Симпозиума, ее смогут прочитать те, кто не смог приехать на форум. География распространения материалов Симпозиума совершенно непредсказуема. Нам заказывали книги из Болгарии, Германии, Израиля, не говоря уже о наших ближайших соседях. Это лишний раз подчеркивает ценность и значение Международного Симпозиума ювелиров.

VIIth International
Jewelry
Symposium
June 16-20, 2008
Dear colleagues,
we have pleasure to invite you
to take part in the VIIth International
Jewelry Symposium
that will take place in Conference Hall
of Angleter Hotel, Saint Petersburg
VII Международный
Симпозиум
ювелиров
16-20 июня, 2008
Уважаемые коллеги, приглашаем вас
принять участие в работе
VII Международного Симпозиума
ювелиров. Санкт-Петербург,
конференц-зал гостиницы
«Англетер»
реклама
International
JS
International
Jewelry
Symposium

International
JEWELRY
SYMPOSIUM
International J S
International Jewelry Symposium — is a technological forum, aimed at informing about all noteworthy novelties within the phereof jewelry technologies, it is a powerful incentive for generation of new ideas, projects and conceptions.
The Symposium partners are — Russian Guild of Jewelers, Santa Fe Symposium (USA), Jewelry Technological Forum in Viccenza(Italy), World Gold Council (Great Britain). This partnership contributes to the promotion of new technologies for the world jewelry industry development, and gives a chance to the Symposium participants to take part in it too.
New materials and equipment, traditional and computer modeling, design and marketing as well as the main problems of the modern jewelry industry and tendencies of the jewelry technologies development are being discussed within the Symposium program.
Traditionally within the frames of the Symposium are taking place master-classes, exhibition-demonstration of the jewelry equipment, materials and software.
Международный Симпозиум ювелиров — это технологический форум, направленный на информирование специалистов обо всех заслуживающих внимания новинках в области ювелирных технологий, это мощный стимул к рождению новых идей, проектов, замыслов.
Партнеры Симпозиума — Гильдия ювелиров России, Симпозиум в Санта Фе (США), Ювелирный Технологический Форум в Виченце (Италия), Всемирный Золотой Совет (Великобритания).
Подобное партнерство способствует продвижению новейших технологий для развития мировой ювелирной промышленности и дает возможность слушателям Симпозиума участвовать в этом процессе.
В программе Симпозиума обсуждаются основные вопросы современного ювелирного производства, тенденции развития ювелирных технологий, новые материалы и оборудование,традиционное и компьютерное моделирование, дизайн и маркетинг.
В рамках Симпозиума по традиции состоятся мастер-классы, выставка-презентация ювелирного оборудования, вспомогательных материалов и программного обеспечения.
реклама
To register and get more detailed information about the participation in the Symposium you could by the phone: (812) 355 11 06, e-mail: info@j-symposium.ru, or at the web site www.j-symposium.ru
Зарегистрироваться и получить подробную информацию об участии в Симпозиуме, Вы можете по тел.: (812) 355 11 06, e-mail: info@j-symposium.ru, а также на сайте www.j-symposium.ru

Серебро. Дефекты литья

Данная работа содержит обзор главных итогов предыдущего European CRAFT Project, целью которого была борьба с такими дефектами, как пятна от пламени, горячие трещины и пористость. Объясняются базовые механизмы возникновения дефектов, описываются их основные причины и предлагаются практические шаги по предотвращению связанных с ними литейных пороков. Рассматриваются конкретные случаи таких дефектов и примеры успешного промышленного применения некоторых из предложенных мер борьбы с ними.

Йорг Фишер-Бюнер возглавляет Отделение физической металлургии Германского исследовательского института драгоценных металлов и химии металлов (FEM) в городе Швабиш-Гмюнд. Он осуществлял поддержку и участвовал в многочисленных проектах в области ювелирного производства, финансированных Еврокомиссией.

1. Введение

Снижение числа дефектов и улучшение качества — важнейшие условия рыночного успеха в ювелирной промышленности. Что касается литья по выплавляемым моделям, большая часть исследований влияния параметров литья и свойств сплавов до сих пор уделялась производству изделий из каратного золота. Результаты таких исследований публикуются в руководствах и журналах, издаваемых Мировым Золотым Советом, а также в Материалах конференции [1–3]. Гораздо меньше внимания исследователей уделялось литью изделий из чистого серебра по выплавляемым моделям; однако детальная информация о базовых механизмах возникновения пороков при литье чистого серебра уже доступна (источники [4–10]). Общеизвестно, что значительная часть пороков связана с огромным коэффициентом растворимости кислорода в расплавленном серебре, который резко падает при затвердевании, что приводит к выделению кислорода и образованию газовых пор.

В последние годы популярность ювелирных изделий из чистого серебра значительно выросла.

Выросло производство серебряных изделий и вместе с ним возросло количество дефектов, что, по всей вероятности, вызвано как незнанием уже существующей информации, так и нехваткой информации о ряде конкретных дефектов и ограниченными возможностями для систематического изучения причин таких дефектов в производственных условиях. Затраты, необходимые для выявления источников дефектов, представляют собой особую проблему для рынка серебряных ювелирных изделий в силу низкой удельной прибыли и ценовой конкуренции.

В этой связи цель каждого совместного европейского исследовательского проекта (European Collaborative Research Project) или CRAFT (Cooperative Research Action for Technology) — выявление в тесном сотрудничестве с промышленными партнерами основных причин пороков при литье золота и выработка конкретных рекомендаций для оптимизации процесса, снижения числа дефектов и общего улучшения качества. Тот проект, как и данная работа, был посвящен дефектам (точнее, свойствам дефектов), имеющим особую важность для серебряного литья по выплавляемым моделям, например низкому качеству поверхности вследствие пористости, включений и пятен от пламени, а также трещинообразованию (горячие трещины). Другие дефекты общей важности и прежде всего те, что связаны с такими этапами, как изготовление восковой массы, заливка, растворение восковой модели и выгорание, не затрагиваются в данной работе. Информацию по ним можно найти в приведенной литературе.

САПФИР

ЮВЕЛИРНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ИНСТРУМЕНТ, РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ОГРАНКИ И КАМНЕОБРАБОТКИ
ГЕММОЛОГИЧЕСКИЙ И ОЦЕНОЧНЫЙ ИНСТРУМЕНТ

Теперь мы – рядом!

В Санкт-Петербурге открылся филиал фирмы «САПФИР».
Приглашаем к сотрудничеству.

ООО «САПФИР» (СПб):
Санкт-Петербург, улица Расстанная, 27, литер «Б» • тел./факс: (812) 766-3838, моб.: (921) 348-7997
e-mail: spb@sapphire.ru • www.sapphire.ru

В работе представлены конкретные случаи некоторых дефектов, объясняются базовые механизмы возникновения дефектов, выявляются их основные и второстепенные причины и предлагаются способы снижения связанных с ними литейных пороков. Рассматриваются примеры успешного промышленного применения некоторых из предложенных способов.

По просьбам промышленных партнеров, занятых в проекте, работа прежде всего велась со стандартным чистым серебром (только Ag и Cu). Несколько замечаний относятся к сплавам с повышенной сопротивляемостью пятнам от пламени и типичным для таких сплавов добавкам, но следует подчеркнуть, что все рекомендации по борьбе с дефектами предназначены прежде всего для стандартного чистого серебра.

2. Метод и экспериментальные процедуры совместного исследовательского проекта

Консорциум для осуществления проекта, включавший партнеров из Франции, Германии, Италии и Великобритании, был составлен из шести литейных компаний, компании — производителя литейного оборудования, а также четырех вспомогательных организаций для исследовательской работы, передачи технологий и обучения. В самом начале проекта представители FEM посетили всех промышленных участников, чтобы собрать данные об индивидуальных параметрах стандартного процесса литья, о необработанном и обработанном сырье, а также об основных дефектах, производственных проблемах и моделях, сложных для литья.

Участников попросили регулярно присылать образцы с литейными пороками. Интересно, что подавляющее большинство присланных пороков имели место в изделиях средних и крупных размеров. Каждый участник должен был отлить стандартную елку, составленную по исследуемому образцу и рисунку, сложному для литья, применяя стандартные параметры литья. Были рассмотрены конкретные случаи литейных пороков и произведены исследования присланных отлитых моделей.

Для того чтобы подкрепить результаты изучения конкретных случаев дефектов систематическими исследованиями вариаций литейных параметров, были произведены лабораторные испытания стандартизированных елок с последующим анализом. Были использованы следующие экспериментальные параметры литейного процесса:

- оборудование для сифонной разливки с вакуумным усилителем (Indutherm VC 500);
- стандартное вакуумное оборудование с избыточным давлением для сифонной разливки (Neutec J5);
- стандартное чистое серебро 925—935 проб (Ag, Cu, без добавок); небольшое количество отлитых моделей с вариацией состава сплавов (измельчители зерна, Zn, Si, Ge и т. д.);
- размер елки от 330 г до 560 г;
- диаметр центрального литника 10 мм; длина литникового канала 15—20 мм; угол соединения центрального литника и литникового канала 45°;
- склеенная гипсом модель (SRS classic);
- температура опоки 400—500°С;
- защитный газ аргон; другая процедура обработки расплавленного металла (для последующего обсуждения);
- максимальная температура плавления 1020°С;
- температура литья 970—1000°С;
- без дополнительного сверхдавления, разница в давлении ~1 бар;
- после заливки: различные процедуры охлаждения и закаливания опок (для последующего обсуждения).

Воспроизводимость результатов проверялась при помощи как минимум двух номинально идентичных экспериментов. При каждой экспериментальной отливке производились измерения с помощью термопар, призванные дать дополнительную информацию о процессе затвердевания и разогреве огнеупорной смеси, а также проверить вспомогательные данные, полученные путем компьютерной симуляции [11].

С целью анализа пористости и других важных параметров были исследованы различные участки избранной формы. Как правило, эти исследования производились при помощи металлографии, оптического или электронного микроскопа, а также по необходимости при помощи химического анализа. Были проанализированы в общей сложности ~350 экспериментальных и промышленных отливок, включая рассмотренные случаи производственных дефектов.

На основании полученных результатов были разработаны рекомендации по улучшению процесса литья, и участники осуществили повторную отливку стандартизированных елок, внеся соответствующие изменения в параметры литья. В итоге изменения в процедуре были перенесены в производство. Результаты были подтверждены на опытной форме, добавленной к производственным елкам (рис. 1), и, что еще более важно, самими участниками проекта как в процессе, так и по окончании изготовления ювелирных изделий.

Заключительным итогом проекта стало создание каталога дефектов. Каталог содержит типичные литейные пороки чистого серебра с краткими пояснениями, а также конкретными рекомендациями по снижению числа таких дефектов [18].

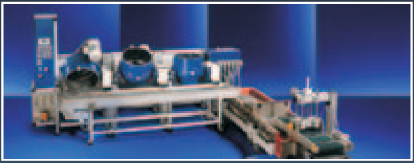
Рис. 1. Литая производственная елка одного из участников проекта; опытная форма добавлена к верхней, средней и нижней секциям

OTEC
PRÄZISIONSFINISH

СОВЕРШЕНСТВО ПОВЕРХНОСТИ
Распространение по всему миру

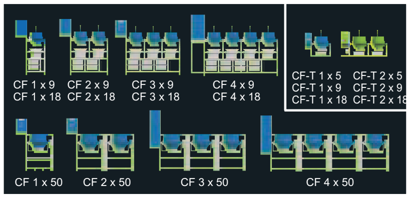
Серия CF Финишные станки для шлифовки и полировки

CF 3x18 для массового производства в больших объёмах


CF 3x50 с магнитным сепаратором для промышленности

CF 2x18T

Сепарационная установка для сортировки изделий и абразивов



Серия DF Финишные станки для полировки ювелирных изделий до зеркального блеска

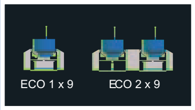
DF 35 для среднего ювелирного производства

DF 140 для крупносерийного ювелирного производства

Серия ECO Экономическая эффективность. Станки для шлифовки и полировки для небольших мастерских и ювелиров

ECO-Maxi три процесса обработки на одном станке

ECO 2 x 9 для мокрой шлифовки и сухой полировки



ECO-mini dry
для полировки
потускневших
ювелирных изделий

ECO-mini wet
идеальный станок для небольших
мастерских и ювелиров

ECO-mini
держатель для колец

реклама

ПРОМТЕХ

ООО "ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ" официальный представитель компании OTEC Prazisionsfinish GmbH в России
Санкт-Петербург, ул. Цветочная, д.25, офис 508 Телефон/Факс +7(812) 7187602 +7(812) 3363948

e-mail: info@otecru.com www.otecru.com

3. Пористость, включения и низкое качество поверхности

Данная глава содержит обзор различных свойств пористости в чистом серебре: от массивных и крупных пор до губчатой и напоминающей усадочную пористость, а также микропористости.

3.1. Примеры дефектов

Пример № 1. Крупные поры и оксидные включения

На рис. 2a можно увидеть типичный пример крупных пор на поверхности кольца, отлитого из 935 Ag с использованием 50% переработанного материала. Металлографическое исследование обнаружило крупные и малые газовые поры, а также значительную пористость на внутренней стороне изделия (рис. 2b). Отлитое изделие содержит сильно загрязненные участки по всему поперечному сечению с легкими следами оксидных включений (рис. 2c), которые были частично идентифицированы как оксид цинка, хотя цинк не был номинальным компонентом сплава. Во множестве похожих случаев наблюдалось низкое качество поверхности, вызванное оксидными включениями в законченном изделии.

Значительная газовая пористость была вызвана использованием загрязненного переработанного материала. Предполагается, что оксидные включения частично распадаются при плавлении и повышают уровень кислорода в расплавленном серебре, что впоследствии создает газовую пористость при затвердевании.

Дальнейшие примеры этого дефекта показали, что вторичное сырье может иметь сильное внутреннее загрязнение осадками шлаков и чрезвычайно высокий уровень внутреннего окисления вследствие охлаждения опок на воздухе после заливки (рис. 3; см. также пример № 6, рис. 11 в 4.1. Пятна от пламени).

Еще одну проблему представляет собой загрязнение остатками материала модели. Очевидно, что тщательная поверхностная очистка вторсырья при помощи обдува и травления не может обеспечить необходимую чистоту вторичного материала. Для получения высококачественного вторичного материала требуются меры по разложению оксидов и дегазации материала. Кроме того, сильное внутреннее загрязнение вторичного сырья в результате внутреннего окисления можно снизить путем усовершенствования процедуры охлаждения опок после заливки (см.: 4. Пятна от пламени).

Пример № 2. Губчатая и напоминающая усадочную пористость

Рис. 4 показывает отлитую поверхность серебряного кольца 930 пробы после очистки.

Губчатая пористость наблюдалась почти по всей поверхности кольца, имевшего единую форму и диаметр. Кольцо было отлито из 100%-ного свежего материала при температуре опоки и литья 650°C и 1015°C соответственно.

Металлография поперечного сечения через дефектные зоны обнаруживает сильную пористость в прямом контакте с поверхностью (рис. 4c). Однако она также проникает достаточно глубоко внутрь, из-за чего даже продолжительная отделка не может улучшить качество поверхности.

Пористость находится в промежутках между первыми кристаллическими ветвями, которые образуются во время затвердевания и называются дендритами. Так называемая «междендритная пористость» напоминает усадочную пористость. Однако представляется весьма маловероятным, что усадочные поры могут образовываться равномерно по всей поверхности кольца единой формы. Напротив, такой вид дефекта характерен для междендритной газовой пористости, вызванной разложением материала модели. Если в результате реакции разложения в области соприкосновения материала модели и поверхности частично затвердевшего изделия образуется газ, это может оказать «расталкивающее» действие на остальной расплавленный металл, который все еще находится между твердыми дендритами, появившимися в первую очередь. В результате возникает открытая дендритовая и губчатая структура, которая напрямую соприкасается с поверхностью, но может проникать и глубоко внутрь. Рис. 5 показывает еще один пример губчатой пористости. Внешний вид, однако, несколько отличается от другого примера, поскольку

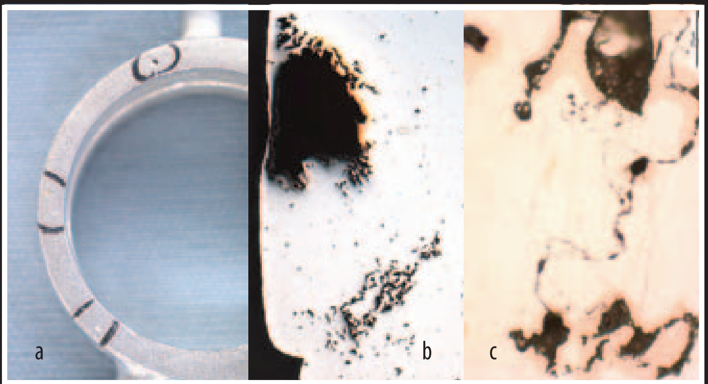


Рис. 2. Пример № 1:
a) крупные поры на отлитой поверхности, 935 Ag, 50% переработанного материала;
b) металлография поперечного сечения, показывающая газовую пористость;
c) внутреннее загрязнение оксидами

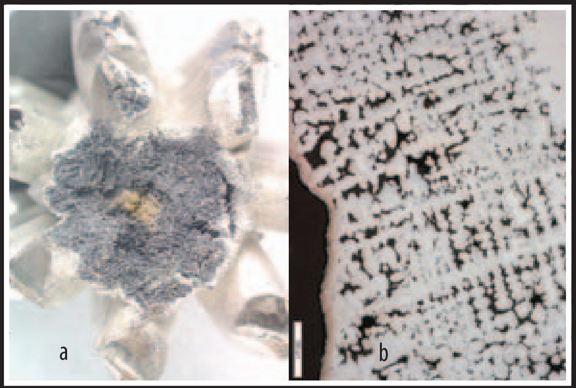


Рис. 3:
a) пример чрезвычайно потрескавшейся поверхности центрального литника из серебра 930 пробы (вторсырье), которая была специально вскрыта после обдува и травления;
b) металлография поперечного сечения треснувшей поверхности, показывающая междендритную пористость и внутреннее окисление

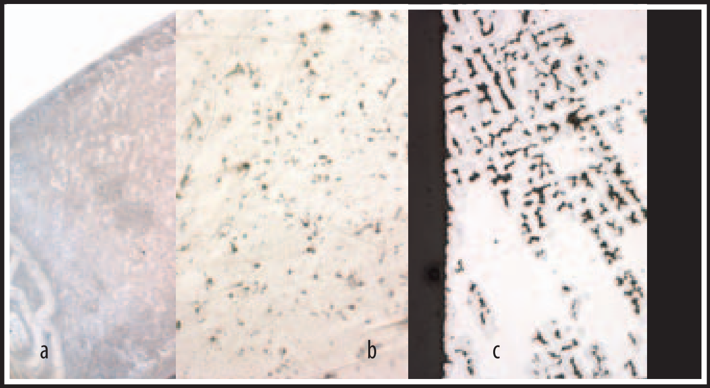


Рис. 4. Пример № 2:
a) и b) губчатая отлитая поверхность серебряного кольца 930 пробы после очистки с равномерно распределенной губчатой пористостью (под стереомикроскопом);
c) металлография поперечного сечения, показывающая сильную междендритную пористость в прямом контакте с поверхностью. Пористость проникает глубоко во внутреннюю часть изделия

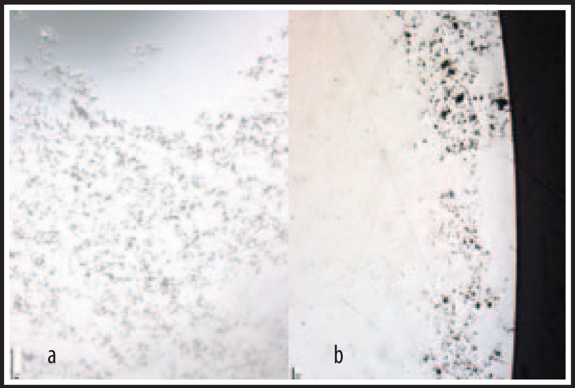


Рис. 5:
a) губчатая пористость кольца 930 пробы (2% Zn) на законченной поверхности под стереомикроскопом;
b) металлография поперечного сечения дефектной области, показывающая сильную междендритную и сферическую газовую пористость.

присутствуют также некоторые сферические поры, которые чаще ассоциируются с газовой пористостью.

В примере № 2 реакция с материалом модели была вызвана прежде всего слишком высокой температурой опоки и плавления. Исследования показали, что охлаждающий эффект материала матрицы на расплавленный металл не очень значителен (за исключением филигранных изделий), время затвердевания литого чистого серебра сравнительно велико, а получающийся разогрев материала модели в зоне соприкосновения с расплавленным металлом достаточно силен [11]. Таким образом, при определенных условиях, прежде всего при литье средних и тяжелых форм, может быть достигнута температура разложения склеенного гипсом материала модели. Необходимо тщательно избегать чрезмерно высоких температур опоки и литья.

Продолжение в следующем номере

ПРОИЗВОДСТВО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ, АКСЕССУАРОВ И РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ЮВЕЛИРОВ

ЮМО

Вальцы
Раскатки
Шраубкугели
Пломбы
Воски
Флюрин
Клей
Лаки
Эмали...

А так же

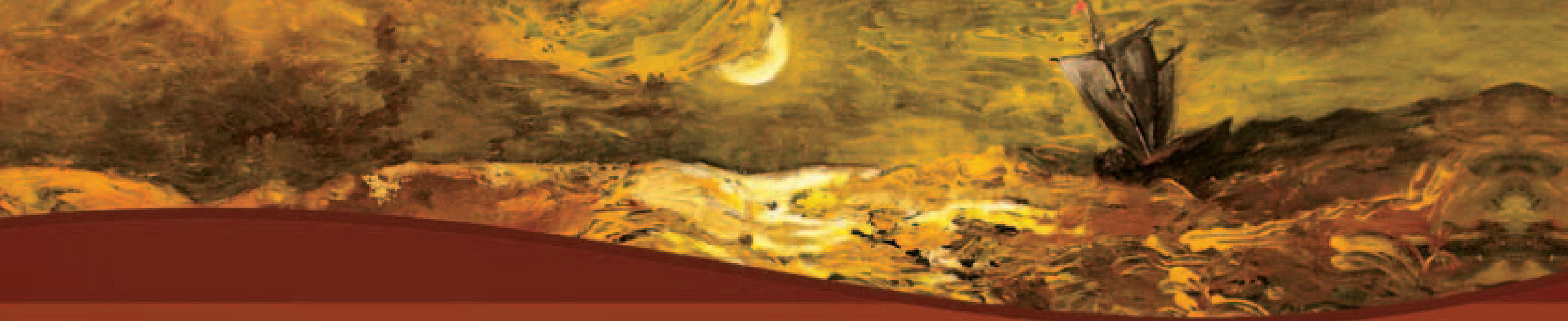
Традиционно лучший оригинальный инструмент и материалы:

A&F - Badeco - Bergeon - Busch
Carlo De Giorgi - Dialux - Dreher
Ferris - Fischer - Foredom - Grobet
Hatho - Hilderbrand - Hoben - JSP
J.Schmalz - SDS Kerr - Maillefer
OMO - Presidium - Proxxon - Signity
SRS - Vallorbe - Wieland...

реклама

ВНИМАНИЕ!!

У нас новый адрес:
Санкт-Петербург: ул. **Ватутина, д. 8/7**,
т.: (812) 542-66-21, (812) 542-35-70,
т./ф.: (812)542-30-07, (812) 540-56-39,
e-mail: office@jmo.ru, www.jmo.ru



THE BEST QUALITY
IN JEWELLERY BUSINESS!

V INTERNATIONAL
BALTIC JEWELLERY SHOW

"AMBER TRIP"

6-9 MARCH, 2008

VILNIUS, LITHUANIA

реклама

AMBER TRIP

E-mail: info@ambertrip.com
Web site: www.ambertrip.com

Tel.: +370 5 2608495
Fax.: +370 5 2608497

OROAREZZO

INTERNATIONAL GOLD, SILVER AND JEWELRY TRADE EXHIBITION

29th EDITION

MARCH 29 - APRIL 1
2008

WWW.OROAREZZO.IT

CENTRO PROMOZIONI E SERVIZI - AREZZO - ITALY

реклама

Ювелир - 3

В преддверие череды новогодних праздников состоялась традиционная Московская международная выставка-продажа ювелирных изделий «Ювелир-3». Декабрь, как известно, лучшее время для ювелирных продаж. И выставка в КВЦ «Сокольники» дала ответы на многие вопросы. Каким украшениям россияне отдают предпочтение в этом сезоне? Сколько они готовы потратить на ювелирный подарок? Какими новыми коллекциями порадуют нас производители и продавцы ювелирных украшений? Об этом расскажут участники выставки «Ювелир-3».

Д. Шевченко (ювелирная фабрика Venus jewelry, Москва): «Посетители нашего стенда в основном сейчас приобретали изделия недорогие, с маленькими вставками: бриллиантами, изумрудами, сапфирами. На мой взгляд, в 2008 г. крупные и вычурные украшения будут неактуальны: наблюдается тенденция к лаконичной и строгой роскоши».

А. Ляной («Красцветмет – Екатеринбург»): «Считается, что перед Новым годом люди покупают подарки, однако именно к этому празднику многие используют свои сбережения, чтобы порадовать украшением подороже самих себя. То есть если в обычное время человек может позволить себе купить изделие за 10 000 руб., то к Новому году старается купить за 20 000: продажи уходят в более дорогой сегмент».

А. Ч. Эрдоган (Zen Diamonds): «Повышенным спросом пользуются изумруд, сапфир и рубин. В предновогодний период изделия с этими камнями продаются хорошо. Конечно, бриллиант — он всегда на первом месте, и праздничные дни исключением не являются. Лучше, чем в какое-либо другое время, уходят эксклюзивные украшения. Мы планируем в следующем году увеличить количество дорогих украшений в наших российских магазинах. В последнее время россияне стали хорошо разбираться в трендах, и дизайнерские вещи пользуется повышенным вниманием покупателей. Кроме того, российские покупатели любят аксессуары, выполненные как украшения, например, ручки с бриллиантами или бриллиантовый галстук. Ну и, конечно, часы с бриллиантами».

Т. Перфилова (Московский ювелирный завод): «Под Новый год мы часто продаем изделия, которые долгое время были невостребованы, на которые клиенты просто ходили и смотрели. Еще в период перед двумя нашими «ударными» праздниками — Новым годом и 8 Марта большим спросом неизменно пользуются броши, в том числе с бриллиантами. Когда мужчина хочет сделать подарок, он часто останавливает свой выбор именно на броши. Ведь чтобы подобрать кольцо, нужно точно знать размер, чтобы подобрать серьги — тип лица и что к нему подходит. А брошь универсальна. К тому же это украшение гармонирует практически с любым туалетом — и вечерним платьем, и офисным костюмом».

Отзывы экспонентов наглядно демонстрируют успешную работу выставки «Ювелир-3»: большой интерес покупателей, стабильные продажи, коммерческая выгода. Именно на эти результаты были направлены все усилия организаторов — Р.О.С.Ювелирэкспо и участников. Стенды ювелирных компаний выглядели настоящими сокровищницами драгоценностей. А Столичный завод «Адамас» порадовал не только взрослых посетителей – своих давних поклонников и новых клиентов, но и юных гостей выставки. Для детей была оборудована новогодняя игровая площадка, где ребята могли с удовольствием провести время под присмотром профессиональных аниматоров, пока их родители не спеша примеряли украшения ТМ «Адамас». Неслучайно стенд компании был удостоен специального диплома за социальную направленность.

ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-Весна
29 февраля – 7 марта 2008 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru

ЮВЕЛИР
Ювелир-2008
50 МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
4–12 сентября 2008 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru

ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-22
реклама
14–20 мая 2008 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782
www.rosyuvelirexpo.ru

ЮВЕЛИР
Ювелир-3
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
12–22 декабря 2008 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ», организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 4782, http://www.rosyuvelirexpo.ru

ЮВЕЛИРНЫЙ ЦЕНТР КРИСТАЛЛ

СМОЛЕНСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ

реклама

"Смоленские бриллианты"
Москва, Петровка, 26
Тел. (495) 913-58-18

"Смоленские бриллианты"
Москва, Кузнецкий мост, 18
Тел. (495) 742-05-31

"Смоленские бриллианты"
Москва, 65-й км МКАД
ТЦ "Крокус Сити Молл", бутик 169
Тел. (495) 727-25-00

"Смоленские бриллианты"
Минск, пл. Свободы, 4
+375-296646010

"Смоленские бриллианты"
Смоленск, Ленина, 7/2
Тел. (4812) 35-07-89

"Смоленские бриллианты"
Санкт-Петербург
Невский пр., 57
Пассаж "Коринтия Невский Палас"
Тел. (812) 764-22-34

"Смоленские бриллианты"
Санкт-Петербург
Невский пр., 38/4
вход с улицы Михайловской
Тел. (812) 571-61-60

С Днем рождения!

10 февраля Стрежнев Максим Сергеевич, генеральный директор, Ювелирный холдинг «Рифеста»
11 февраля Казанцев Сергей Юрьевич, президент, ЗАО «Лассо»
12 февраля Кац Александр Михайлович, генеральный директор, ООО «Роза»
16 февраля Ничипорук Александр Олегович, АК «Алроса»
17 февраля Сандарова Надежда Николаевна, ЗАО «Балтийское золото»
17 февраля Баранов Валерий Иванович, заместитель директора центра продаж, СК «БЕЛОКАМЕННАЯ»
18 февраля Сорокин Валерий Васильевич, генеральный директор, ОАО «Костромской ювелирный завод»
18 февраля Ломакин Игорь Васильевич, директор, Ювелирная компания «Сибола»
24 февраля Протопопова Виктория Самуиловна, коммерческий директор, ЗАО «Женави»
28 февраля Васетинская Вита Александровна, заместитель генерального директора, ООО «Тверское золотое княжество»

6 февраля ООО «СевЗапЮвелирпром», 10 лет
12 февраля ЗАО «Золотой Дельфин»
29 февраля ЗАО «Каст»

АДАМАС

СТОЛИЧНЫЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

ВЫСТАВКА-ПРОДАЖА

ЗАВОДСКИЕ ЦЕНЫ!*

во всех ювелирных магазинах «АДАМАС»

с 1 февраля по 30 марта!

ТОВАР ГОДА 2006

ТОВАР ГОДА 2007

* подробности в магазинах «АДАМАС»

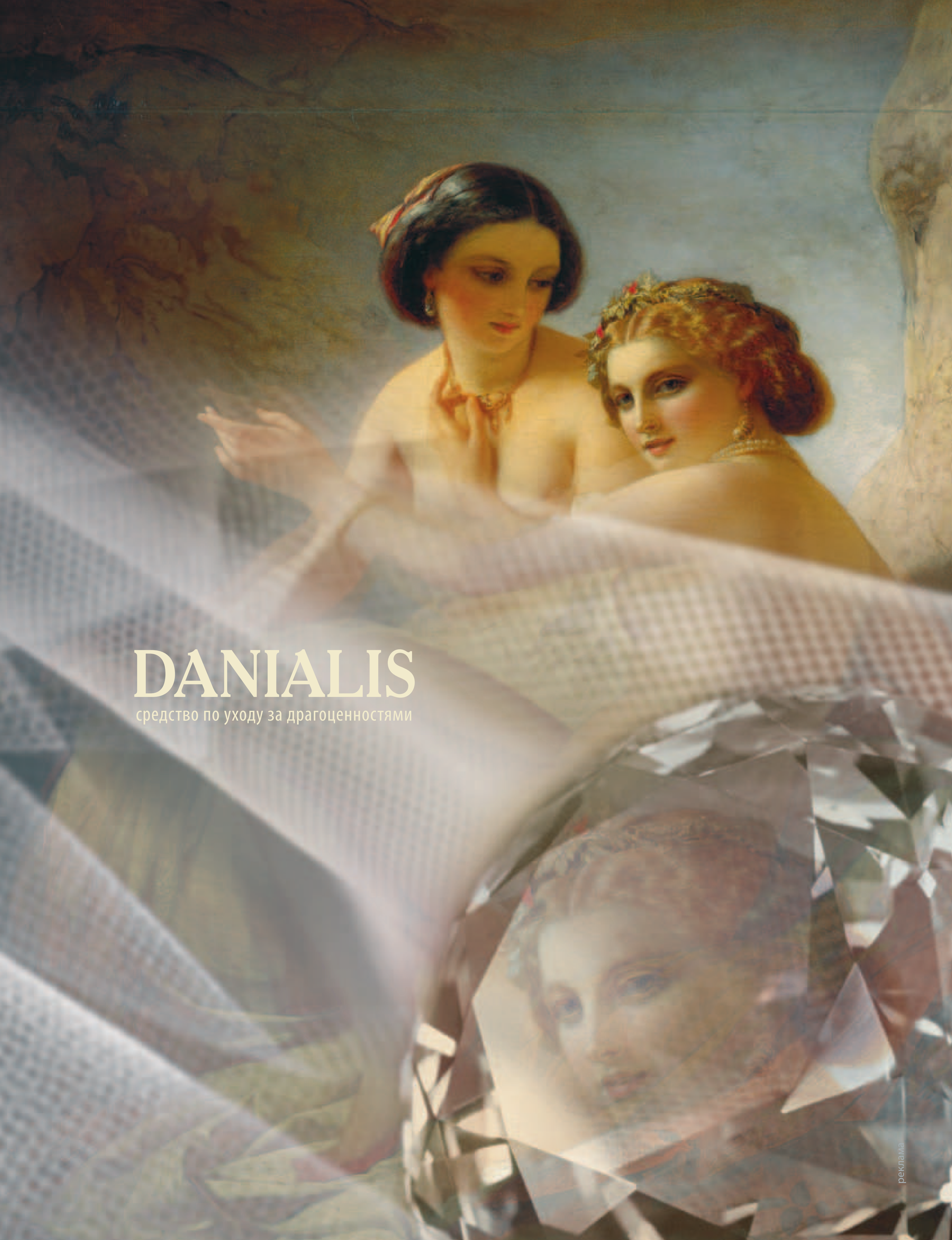
Продукция ООО "АДАМАС" столичный ювелирный завод" г. Москва, ул. Декабристов, вл.51 Ювелирные изделия изготовлены по заказу ООО "ГЛАВЮВЕЛИРТОРГ" (ИНН 7702340071) 127566, г. Москва, ул. Северный б-р, д.3 корп.1, тел. (495) 403-40-98

150 магазинов по всей России

МОСКВА (40 магазина)
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ (18 магазинов)
АНГАРСК
АРХАНГЕЛЬСК
АСТРАХАНЬ
БРЯНСК
ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД
ВЛАДИМИР
ВОЛЖСКИЙ
ВОЛГОГРАД
ВОЛГОДОНСК
ВОРОНЕЖ
ВЫБОРГ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ
ЕКАТЕРИНБУРГ
ИЖЕВСК
ИРКУТСК
КАЗАНЬ
КАЛИНИНГРАД
КАМЕНСК
КЕМЕРОВО
КОЛОМНА
КОСТРОМА
КОРОЛЕВ
КРАСНОДАР
КУРСК
НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ
НИЖНИЙ НОВГОРОД
НИЖНИЙ ТАГИЛ
НОВОКУЙБЫШЕВСК
НОВОРОССИЙСК
НОВОСИБИРСК
НОВОЧЕРКАССК
ОМСК
ОРЕХОВО-ЗУЕВО
ПЕНЗА
ПЕТРОЗАВОДСК
ПСКОВ
РОСТОВ-НА-ДОНУ
САМАРА
САРАТОВ
СЕРГИЕВ ПОСАД
СМОЛЕНСК
СОВЕТСК
СОЧИ
СТАВРОПОЛЬ
СЫЗРАНЬ
СЫКТЫВКАР
ТАГАНРОГ
ТАМБОВ
ТОЛЬЯТТИ
ТЮМЕНЬ
УЛЬЯНОВСК
ЧЕРЕПОВЕЦ
ЧЕРНЯХОВСК
ШАХТЫ
ЭНГЕЛЬС
ЯРОСЛАВЛЬ
ЮЖНО-САХАЛИНСК

реклама

127490
г. Москва, ул.Декабристов, д. 51
тел. (+7 495) 737-94-65
факс (+7 495) 737-94-64


DANIALIS
средство по уходу за драгоценностями
реклама